



**KEBERTERIMAAN BENTUK PENGINDONESIAAN  
KATA DAN UNGKAPAN ASING  
DI KALANGAN MASYARAKAT KOTA KENDARI**

homepage  
laman  
technical meeting  
rapat teknis

**KEBERTERIMAAN BENTUK PENGINDONESIAAN  
KATA DAN UNGKAPAN ASING  
DI KALANGAN MASYARAKAT KOTA KENDARI**

**Sandra Safitri Hanan  
Sukmawati  
Rahmania**

**PERPUSTAKAAN  
PUSAT BAHASA  
DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL**

**KANTOR BAHASA PROVINSI SULAWESI TENGGARA  
KENDARI  
2006**

PERPUSTAKAAN PUSAT BAHASA	
PB Klasifikasi 499.218 2 HAN k	No. Induk : 242 Tgl. 20/6/2006 Ttd. : _____

**KEBERTERIMAAN BENTUK PENGINDONESIAAN  
KATA DAN UNGKAPAN ASING  
DI KALANGAN MASYARAKAT KOTA KENDARI**

ISBN 979-685-555-0

Diterbitkan pertama kali pada tahun 2006 oleh  
Kantor Bahasa Provinsi Sulawesi Tenggara  
Departemen Pendidikan Nasional  
Jalan Saranani No. 193 Kendari 93117,  
Kotak Pos 60 KDI

**HAK CIPTA DILINDUNGI UNDANG-UNDANG**

Isi buku ini, baik sebagian maupun seluruhnya,  
dilarang diperbanyak dalam bentuk apapun  
tanpa izin tertulis dari penerbit,  
kecuali dalam hal pengutipan  
untuk keperluan penulisan artikel atau karangan ilmiah.

Katalog dalam Terbitan (KDT)

499.218 1	
SAN	
k	SANDRA SAFITRI HANAN
	Keberterimaan Bentuk Pengindonesiaan
	Kata dan Ungkapan Asing di Kalangan
	Masyarakat Kota Kendari/Sandra Safitri
	Hanan, Sukmawati, Rahmania.— Kendari:
	Kantor Bahasa Provinsi Sulawesi Tenggara,
	2006.
	ISBN 979-685-555-0
	1. BAHASA INDONESIA—KOSAKATA
	2. BAHASA INDONESIA—PEMBAKUAN

## **KATA PENGANTAR**

### **KEPALA PUSAT BAHASA**

Penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa negara yang menempatkan bahasa itu sebagai bahasa resmi dalam penyelenggaraan pemerintahan dan bahasa pengantar pendidikan serta bahasa dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi memerlukan pengembangan kata dan istilah dalam berbagai bidang ilmu. Kekayaan kosakata suatu bahasa dapat menjadi indikasi kemajuan peradaban bangsa pemilik bahasa itu karena kosakata, termasuk istilah, merupakan sarana pengungkap ilmu dan teknologi serta seni. Sejalan dengan perkembangan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat Indonesia dari waktu ke waktu, perkembangan kosakata terus menunjukkan kemajuan. Kemajuan makin dipacu ketika kerja sama pengembangan bahasa kebangsaan bersama Malaysia diarahkan pada pengembangan peristilahan. Kerja sama pengembangan peristilahan itu diperluas dengan masuknya Brunei Darussalam sebagai anggota sehingga namanya menjadi Majels Bahasa Brunei Darussalam-Indonesia-Malaysia (Mabbim) sejak tahun 1985. Walaupun telah dilakukan pengembangan peristilahan, masyarakat masih merasakan banyak kata bahasa asing yang belum memiliki padanan dalam bahasa Indonesia, terutama kata umum yang banyak digunakan dalam komunikasi bidang teknologi dan perniagaan.

Persoalan kata dan ungkapan bahasa asing yang merupakan kata-kata umum memang tidak masuk dalam kategori peristilahan bidang ilmu. Penggunaan kata dan ungkapan bahasa asing itu makin meluas sejak terjadi perubahan tatanan kehidupan dunia yang baru, globalisasi. Tatanan itu telah mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat dalam berbagai sendi kehidupan. Penggunaan kata dan ungkapan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, memasuki berbagai sendi kehidupan. Kosakata bahasa

asing masuk ke dalam bahasa Indonesia bersama masuknya ilmu pengetahuan dan teknologi ke dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Untuk itu, *Pedoman Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing* perlu lebih disebarluaskan ke masyarakat luas.

Sampai saat ini Pusat Bahasa bersama pakar bidang ilmu telah mengembangkan peristilahan bidang ilmu yang telah menghasilkan ratusan ribu istilah. Istilah itu telah dipasarkan melalui, antara lain penerbitan glosarium dan laman (*homepage*) Pusat Bahasa. Untuk mengetahui keberterimaan istilah itu, telah dilakukan penelitian mengenai itu di masyarakat kota Kendari.

Buku *Keberterimaan Bentuk Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing di Kalangan Masyarakat Kota Kendari* ini merupakan hasil penelitian tersebut. Untuk itu, kepada para peneliti yang namanya tercantum di buku ini, saya menyampaikan terima kasih atas penelitian yang telah dilakukan ini. Demikian juga, kepada Dra. Dad Murniah, M.Hum., Kepala Kantor Bahasa Provinsi Sulawesi Tenggara, beserta staf yang telah menyiapkan penerbitan ini saya mengucapkan terima kasih yang tulus.

Semoga penerbitan buku ini memberi manfaat bagi para pembaca, khususnya para peminat di bidang peristilahan bahasa demi percepatan peningkatan mutu daya ungkap bahasa Indonesia sebagai bahasa ilmu pengetahuan dan perhubungan luas.

Jakarta, 28 November 2005

Dendy Sugono  
Kepala Pusat Bahasa

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan yang Mahakuasa karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penelitian Keberterimaan Bentuk Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing ini dapat kami selesaikan.

Kami menyadari bahwa dalam melakukan penelitian ini tidak lepas dari beberapa hambatan. Namun, atas bantuan berbagai pihak, hambatan-hambatan itu dapat teratasi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Secara khusus kami mengucapkan terima kasih kepada Dra. Dad Murniah, M.Hum., Kepala Kantor Bahasa Provinsi Sulawesi Tenggara, yang telah memberikan sumbang saran selama kami melakukan penelitian ini. Terima kasih pula penulis ucapkan kepada semua responden yang telah bersedia mengisi kuesioner.

Semoga penelitian "Keberterimaan Bentuk Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing di Kalangan Masyarakat Kota Kendari" dapat memberikan manfaat bagi upaya pembinaan dan pengembangan bahasa Indonesia.

Kendari, 2006  
Tim Penulis



# DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar</b> .....	iii
<b>Ucapan Terima Kasih</b> .....	v
<b>Daftar Isi</b> .....	vii
<b>Daftar Tabel</b> .....	x
<b>Bab I Pendahuluan</b> .....	1
1.1 Latar Belakang dan Masalah .....	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian .....	2
1.3 Tujuan .....	2
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Metodologi Penelitian .....	3
1.6 Populasi dan Percontoh Penelitian .....	4
1.7 Sumber data .....	4
1.8 Sistematika Penyajian .....	4
<b>Bab II Landasan Teori</b> .....	5
2.1 Kedudukan Penelitian Keberterimaan Bentuk Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing .....	5
2.2 Pengertian Unsur Serapan .....	7
2.3 Sumber Istilah .....	7
2.3.1 Kosakata Bahasa Indonesia .....	7
2.3.2 Kosakata Bahasa Serumpun .....	8
2.3.3 Kosakata Bahasa Asing .....	8
2.4 Bentuk-Bentuk Penyerapan .....	11
2.4.1 Penyerapan Secara Alamiah .....	11
2.4.2 Penyerapan Seperti Bentuk Asal .....	11
2.4.3 Penyerapan dengan Terjemahan .....	12
2.4.4 Penyerapan dengan Perubahan .....	12

<b>Bab III Analisis</b> .....	13
3.1 Data Responden .....	13
3.1.1 Jenis Kelamin .....	13
3.1.2 Usia .....	14
3.1.3 Tingkat Pendidikan.....	14
3.1.4 Pekerjaan atau Profesi.....	15
3.2 Analisis .....	16
3.2.1 Penggunaan Bentuk <i>Bedcover</i> dan <i>Kain Penutup Ranjang</i> .....	16
3.2.2 Penggunaan Bentuk <i>Blender</i> dan <i>Pelumat</i> .....	19
3.2.3 Penggunaan Bentuk <i>Mikrofon</i> dan <i>Pelantang</i> .....	23
3.2.4 Penggunaan Bentuk <i>Sound System</i> dan <i>Peralatan Tata Suara</i> .....	26
3.2.5 Penggunaan Bentuk <i>Body Lotion</i> dan <i>Calir Badan</i> .....	29
3.2.6 Penggunaan Bentuk <i>Creembath</i> dan <i>Langir Krim</i> .....	33
3.2.7 Penggunaan Bentuk <i>Deodorant</i> dan <i>Pengawabau</i> .....	36
3.2.8 Penggunaan Bentuk <i>Make up</i> dan <i>Tata Rias</i> .....	40
3.2.9 Penggunaan Bentuk <i>Seafood</i> dan <i>Hidangan Laut</i> .....	43
3.2.10 Penggunaan Bentuk <i>Snack</i> dan <i>Kudapan</i> .....	46
3.2.11 Penggunaan Bentuk <i>Supervisor</i> dan <i>Penyelia</i> .....	50
3.2.12 Penggunaan Bentuk <i>Sponsor</i> dan <i>Penaja</i> .....	54
3.2.13 Penggunaan Bentuk <i>Catering</i> dan <i>Jasa Boga</i> .....	58
3.2.14 Penggunaan Bentuk <i>Target</i> dan <i>Sasaran</i> .....	62
3.2.15 Penggunaan Bentuk <i>Voucher</i> dan <i>Kupon</i> .....	66
3.2.16 Penggunaan Bentuk <i>Discount</i> dan <i>Potongan Harga</i> .....	70
3.2.17 Penggunaan Bentuk <i>Go Publik</i> dan <i>Masuk Bursa</i> .....	74
3.2.18 Penggunaan Bentuk <i>Door Prize</i> dan <i>Hadiah Lawang</i> .....	78
3.2.19 Penggunaan Bentuk <i>Developer</i> dan <i>Pengembang</i> .....	82
3.2.20 Penggunaan Bentuk <i>Dealer</i> dan <i>Penyalur</i> .....	86
3.2.21 Penggunaan Bentuk <i>Cleaning Service</i> dan <i>Layanan Pembersih</i> .....	90
3.2.22 Penggunaan Bentuk <i>Laminating</i> dan <i>Penyalutan</i> .....	94

3.2.23 Penggunaan Bentuk <i>Technical Meeting</i> dan <i>Rapat Teknis</i> .....	98
3.2.24 Penggunaan Bentuk <i>Training</i> dan <i>Pelatihan</i> .....	102
3.2.25 Penggunaan Bentuk <i>Upgrade</i> dan <i>Peningkatan</i> <i>Mutu</i> .....	106
3.2.26 Penggunaan Bentuk <i>Homepage</i> dan <i>Laman</i> .....	110
3.2.27 Penggunaan Bentuk <i>E-mail</i> dan <i>Pos Elektronik</i> ...	114
3.2.28 Penggunaan Bentuk <i>Install</i> dan <i>Pasang</i> .....	118
3.2.29 Penggunaan Bentuk <i>Laptop Computer</i> dan <i>Komputer Jinjing</i> .....	122
3.2.30 Penggunaan Bentuk <i>Fulltime</i> dan <i>Purnawaktu</i> ...	126
3.2.31 Penggunaan Bentuk <i>Boarding Pass</i> dan <i>Pas</i> <i>Naik</i> .....	130
3.2.32 Penggunaan Bentuk <i>Bypass</i> dan <i>Jalan Bentar</i> ....	134
3.2.33 Penggunaan Bentuk <i>Check in</i> dan <i>Lapor Masuk</i> ...	138
3.2.34 Penggunaan Bentuk <i>Bulletin</i> dan <i>Berita Kilat</i> .....	142
3.2.35 Penggunaan Bentuk <i>Editorial</i> dan <i>Tajuk</i> <i>Rencana</i> .....	146
3.2.36 Penggunaan Bentuk <i>Headline</i> dan <i>Tajuk Berita</i> ...	150
3.2.37 Penggunaan Bentuk <i>Hand-phone</i> dan <i>Telepon</i> <i>Genggam</i> .....	154
3.2.38 Penggunaan Bentuk <i>Deadline</i> dan <i>Tenggat</i> .....	158
3.2.39 Penggunaan Bentuk <i>Dubbing</i> dan <i>Sulih Suara</i> ...	162
3.2.40 Penggunaan Bentuk <i>Channel</i> dan <i>Saluran</i> .....	166
3.2.41 Bentuk lain yang Banyak Digunakan Responden .....	170
<b>Bab IV Penutup</b> .....	171
4.1 Simpulan .....	171
4.2 Saran .....	172
<b>Daftar Pustaka</b> .....	173
<b>Lampiran</b> .....	175
1. Daftar Informan .....	175
2. Kuesioner .....	177

## DAFTAR TABEL

1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	14
2. Data Responden Berdasarkan Usia .....	14
3. Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	15
4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi .....	15
5. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Bedcover</i> dan <i>Kain Penutup Ranjang</i> .....	16
6. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Bedcover</i> dan <i>Kain Penutup Ranjang</i> .....	17
7. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Bedcover</i> dan <i>Kain Penutup Ranjang</i> .....	18
8. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Blender</i> dan <i>Pelumat</i> .....	20
9. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Blender</i> dan <i>Pelumat</i> .....	20
10. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Blender</i> dan <i>Pelumat</i> .....	22
11. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Mikrofon</i> dan <i>Pelantang</i> .....	23
12. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Mikrofon</i> dan <i>Pelantang</i> .....	24
13. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Mikrofon</i> dan <i>Pelantang</i> .....	25
14. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Sound System</i> dan <i>Peralatan Tata Suara</i> .....	26
15. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Sound System</i> dan <i>Peralatan Tata Suara</i> .....	27
16. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Sound System</i> dan <i>Peralatan Tata Suara</i> .....	28
17. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Body Lotion</i> dan <i>Calir Badan</i> .....	30

18. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Body Lotion</i> dan <i>Calir Badan</i> .....	30
19. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Body Lotion</i> dan <i>Calir Badan</i> .....	32
20. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Creambath</i> dan <i>Langir Krim</i> .....	33
21. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Creambath</i> dan <i>Langir Krim</i> .....	34
22. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Creambath</i> dan <i>Langir Krim</i> .....	35
23. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Deodorant</i> dan <i>Pengawabau</i> .....	37
24. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Deodorant</i> dan <i>Pengawabau</i> .....	37
25. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Deodorant</i> dan <i>Pengawabau</i> .....	39
26. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Make up</i> dan <i>Tata Rias</i> .....	40
27. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Make up</i> dan <i>Tata Rias</i> .....	41
28. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Make up</i> dan <i>Tata Rias</i> .....	42
29. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Seafood</i> dan <i>Hidangan Laut</i> .....	43
30. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Seafood</i> dan <i>Hidangan Laut</i> .....	44
31. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Seafood</i> dan <i>Hidangan Laut</i> .....	45
32. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Snack</i> dan <i>Kudapan</i> .....	47
33. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Snack</i> dan <i>Kudapan</i> .....	48
34. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Snack</i> dan <i>Kudapan</i> .....	49
35. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Supervisor</i> dan <i>Penyelia</i> .....	51
36. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Supervisor</i> dan <i>Penyelia</i> .....	52
37. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Supervisor</i> dan <i>Penyelia</i> .....	53

38. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Sponsor</i> dan <i>Penaja</i> .....	55
39. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Sponsor</i> dan <i>Penaja</i> .....	56
40. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Sponsor</i> dan <i>Penaja</i> .....	57
41. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Catering</i> dan <i>Jasa Boga</i> .....	59
42. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Catering</i> dan <i>Jasa Boga</i> .....	60
43. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Catering</i> dan <i>Jasa Boga</i> .....	61
44. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Target</i> dan <i>Sasaran</i> .....	63
45. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Target</i> dan <i>Sasaran</i> .....	64
46. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Target</i> dan <i>Sasaran</i> .....	65
47. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Voucher</i> dan <i>Kupon</i> .....	67
48. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Voucher</i> dan <i>Kupon</i> .....	68
49. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Voucher</i> dan <i>Kupon</i> .....	69
50. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Discount</i> dan <i>Potongan Harga</i> .....	71
51. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Discount</i> dan <i>Potongan Harga</i> .....	72
52. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Discount</i> dan <i>Potongan Harga</i> .....	73
53. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Go Publik</i> dan <i>Masuk Bursa</i> .....	75
54. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Go Publik</i> dan <i>Masuk Bursa</i> .....	76
55. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Go Publik</i> dan <i>Masuk Bursa</i> .....	77
56. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Door Prize</i> dan <i>Hadiah Lawang</i> .....	79
57. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Door Prize</i> dan <i>Hadiah Lawang</i> .....	80

58. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Door Prize</i> dan <i>Hadiah Lawang</i> .....	81
59. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Developer</i> dan <i>Pengembang</i> .....	83
60. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Developer</i> dan <i>Pengembang</i> .....	84
61. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Developer</i> dan <i>Pengembang</i> .....	85
62. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Dealer</i> dan <i>Penyalur</i> .....	87
63. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Dealer</i> dan <i>Penyalur</i> .....	88
64. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Dealer</i> dan <i>Penyalur</i> .....	89
65. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Cleaning Service</i> dan <i>Layanan Pembersih</i> .....	91
66. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Cleaning Service</i> dan <i>Layanan Pembersih</i> .....	92
67. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Cleaning Service</i> dan <i>Layanan Pembersih</i> .....	93
68. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Laminating</i> dan <i>Penyalutan</i> .....	95
69. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Laminating</i> dan <i>Penyalutan</i> .....	96
70. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Laminating</i> dan <i>Penyalutan</i> .....	97
71. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Technical Meeting</i> dan <i>Rapat Teknis</i> .....	99
72. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Technical Meeting</i> dan <i>Rapat Teknis</i> .....	100
73. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Technical Meeting</i> dan <i>Rapat Teknis</i> .....	101
74. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Training</i> dan <i>Pelatihan</i> .....	103
75. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Training</i> dan <i>Pelatihan</i> .....	104
76. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Training</i> dan <i>Pelatihan</i> .....	105
77. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Upgrade</i> dan <i>Peningkatan Mutu</i> .....	107

78. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Upgrade</i> dan <i>Peningkatan Mutu</i> .....	108
79. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Upgrade</i> dan <i>Peningkatan Mutu</i> .....	109
80. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Homepage</i> dan <i>Laman</i> .....	111
81. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Homepage</i> dan <i>Laman</i> .....	112
82. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Homepage</i> dan <i>Laman</i> .....	113
83. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>E-mail</i> dan <i>Pos Elektronik</i> .....	115
84. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>E-mail</i> dan <i>Pos Elektronik</i> .....	116
85. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>E-mail</i> dan <i>Pos Elektronik</i> .....	117
86. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Install</i> dan <i>Pasang</i> .....	119
87. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Install</i> dan <i>Pasang</i> ....	120
88. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Install</i> dan <i>Pasang</i> .....	121
89. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Laptop Computer</i> dan <i>Komputer Jinjing</i> .....	123
90. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Laptop Computer</i> dan <i>Komputer Jinjing</i> .....	124
91. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Laptop Computer</i> dan <i>Komputer Jinjing</i> .....	125
92. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Fulltime</i> dan <i>Purnawaktu</i> .....	127
93. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Fulltime</i> dan <i>Purnawaktu</i> .....	128
94. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Fulltime</i> dan <i>Purnawaktu</i> .....	129
95. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Boarding Pass</i> dan <i>Pas Naik</i> .....	131
96. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Boarding Pass</i> dan <i>Pas Naik</i> .....	132
97. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Boarding Pass</i> dan <i>Pas Naik</i> .....	133
98. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Bypass</i> dan <i>Jalan Bentar</i> .....	135

99. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Bypass</i> dan <i>Jalan Bentar</i> .....	135
100. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Bypass</i> dan <i>Jalan Bentar</i> .....	137
101. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Check in</i> dan <i>Lapor Masuk</i> .....	138
102. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Check in</i> dan <i>Lapor Masuk</i> .....	139
103. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Check in</i> dan <i>Lapor Masuk</i> .....	141
104. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Bulletin</i> dan <i>Berita Kilat</i> .....	142
105. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Bulletin</i> dan <i>Berita Kilat</i> .....	143
106. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Bulletin</i> dan <i>Berita Kilat</i> .....	145
107. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Editorial</i> dan <i>Tajuk Rencana</i> .....	146
108. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Editorial</i> dan <i>Tajuk Rencana</i> .....	147
109. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Editorial</i> dan <i>Tajuk Rencana</i> .....	149
110. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Headline</i> dan <i>Tajuk Berita</i> .....	150
111. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Headline</i> dan <i>Tajuk Berita</i> .....	151
112. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Headline</i> dan <i>Tajuk Berita</i> .....	153
113. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Hand-phone</i> dan <i>Telepon Genggam</i> .....	154
114. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Hand-phone</i> dan <i>Telepon Genggam</i> .....	155
115. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Hand-phone</i> dan <i>Telepon Genggam</i> .....	157
116. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Deadline</i> dan <i>Tenggat</i> .....	158
117. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Deadline</i> dan <i>Tenggat</i> .....	159
118. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Deadline</i> dan <i>Tenggat</i> .....	161

119. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Dubbing</i> dan <i>Sulih Suara</i> .....	162
120. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Dubbing</i> dan <i>Sulih Suara</i> .....	163
121. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Dubbing</i> dan <i>Sulih Suara</i> .....	165
122. Penggunaan Kata atau Ungkapan <i>Channel</i> dan <i>Saluran</i> .....	166
123. Alasan Memilih Bentuk Padanan <i>Channel</i> dan <i>Saluran</i> .....	167
124. Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan <i>Channel</i> dan <i>Saluran</i> .....	169

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang dan Masalah**

Peningkatan pembinaan dan pengembangan bahasa Indonesia merupakan upaya agar penggunaan bahasa Indonesia secara baik dan benar serta dengan rasa bangga makin menjangkau seluruh lapisan masyarakat, memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa, dan memantapkan kepribadian bangsa.

Dalam upaya peningkatan kepribadian bangsa tersebut, Pusat Bahasa telah menyusun Pedoman Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing untuk menghindari pemakaian kata dan ungkapan asing yang sudah ada padanannya di dalam bahasa Indonesia.

Di dalam pengindonesiaan unsur-unsur dalam bentuk kata ataupun ungkapan dari bahasa asing, ada dua jalan yang dapat ditempuh. Pertama, kata atau ungkapan dari bahasa asing itu diindonesiakan dengan menggunakan unsur-unsur yang sudah ada di dalam bahasa Indonesia. Kedua, apabila di dalam bahasa Indonesia tidak terdapat padanannya yang tepat, istilah dari bahasa asing itu dapat diindonesiakan dengan menggunakan unsur-unsur dari bahasa daerah.

Upaya pengindonesiaan kata dan ungkapan asing yang telah dilakukan Pusat Bahasa tidaklah berarti jika tidak didukung oleh sikap positif berbahasa Indonesia di kalangan masyarakat Indonesia. Keberterimaan bentuk pengindonesiaan kata dan ungkapan asing dapat diketahui melalui pengujian langsung kepada anggota masyarakat.

Penelitian sejenis ini yang sudah pernah dilakukan masih terbatas pada keberterimaan kosakata baku bahasa Indonesia. Namun belum ada yang khusus membahas masalah pemakaian Bahasa di lingkungan Kota Kendari.

Hasil penelitian ini merupakan gambaran sikap masyarakat Indonesia khususnya Kota Kendari terhadap pengindonesiaan kata atau ungkapan asing yang ditawarkan Pusat Bahasa. Artinya ini akan memberi masukan kepada Pusat Bahasa sebagai bahan penyuluhan bahasa Indonesia. Apabila kata atau ungkapan baru yang telah ditawarkan Pusat Bahasa telah banyak berterima di kalangan masyarakat Indonesia artinya Pusat Bahasa dapat menentukan kelanjutan dari pengindonesiaan kata atau ungkapan asing tersebut. Namun, jika pengindonesiaan kata dan ungkapan asing yang ditawarkan Pusat Bahasa itu belum berterima, artinya Pusat Bahasa harus mengambil sikap untuk lebih memasyarakatkan kata dan ungkapan baru tersebut.

Penelitian ini hanya mencakup bentuk kata dan ungkapan baru tawaran Pusat Bahasa yang sepadan dengan kata dan ungkapan asing yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, meliputi masalah-masalah sebagai berikut.

1. Bentuk kata atau ungkapan mana yang paling banyak dipilih oleh masyarakat Kota Kendari?
2. Mengapa masyarakat Kota Kendari memilih kata dan ungkapan tersebut?
3. Mengapa masyarakat Kota Kendari tidak memilih kata dan ungkapan yang lainnya?

## **1.2 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah sikap masyarakat pemakai bahasa Indonesia terhadap bentuk pengindonesiaan kata dan ungkapan asing yang ditawarkan Pusat Bahasa. Bentuk pengindonesiaan kata dan ungkapan asing yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari Buku Seri Pedoman Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing yang disusun oleh Tim Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. Jumlah bentuk kata dan ungkapan asing yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak empat puluh buah. Pembatasan jumlah ini didasari oleh pertimbangan untuk mempermudah dalam pengisian kuesioner dan penganalisan.

## **1.3 Tujuan**

Penelitian ini bertujuan untuk (a) mengetahui bentuk kata dan ungkapan yang paling sering digunakan masyarakat Kota Kendari; (b) mengetahui alasan masyarakat Kota Kendari memilih bentuk kata atau ungkapan tersebut; (c) mengetahui alasan

masyarakat Kota Kendari tidak memilih bentuk kata dan ungkapan yang lainnya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam perencanaan bahasa. Secara khusus, bagi Kantor Bahasa Provinsi Sulawesi Tenggara, dapat dijadikan salah satu bahan untuk menyusun program penyuluhan di Kota Kendari. Secara umum, bagi Pusat Bahasa, dapat dijadikan acuan dalam menentukan langkah berkaitan dengan masalah pengindonesiaan kata dan ungkapan asing.

#### **1.5 Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu metode yang dilakukan berdasarkan data dan fakta yang ada dalam pemakaian bahasa. Dalam pelaksanaannya metode ini dilakukan melalui empat tahap, yaitu tahap pengumpulan data, pengklasifikasian data, penganalisisan data, dan penyimpulan.

Data penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan instrumen yang berupa kuesioner. Kuesioner itu berisi pendapat dan pertanyaan responden yang dibagi ke dalam dua kelompok. Kelompok pertama berisi pertanyaan tentang identitas responden, yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan responden. Kelompok kedua berisi sejumlah bentuk kata dan ungkapan asing yang telah diindonesiakan. Para responden diminta untuk memilih bentuk mana yang sering digunakan (apakah bentuk asing atau bentuk yang telah diindonesiakan). Langkah selanjutnya responden diminta memilih kolom alasan mengapa mereka memilih salah satu bentuk dan tidak memilih bentuk yang lainnya.

Data-data yang berupa jawaban responden terhadap angket yang telah disebar akan diklasifikasikan satu per satu tiap bentuk kata dan ungkapan lengkap dengan jumlah keseluruhan jawaban responden dan alasan responden terhadap pemilihan salah satu bentuk kata dan ungkapan tersebut. Artinya jawaban responden dianalisis secara kuantitatif. Data yang berupa penilaian dijumlah sesuai dengan bobot nilai masing-masing. Jumlah yang telah diperoleh ditabulasikan dan diolah secara statistik.

Pengujian hasil analisis itu dilakukan dengan menggunakan uji korelasi. Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui alasan

pemakai bahasa menggunakan bentuk yang dipilihnya serta korelasi antara profesi pemakai bahasa dengan bentuk kata dan ungkapan yang dipilih.

### **1.6 Populasi dan Percontoh Penelitian**

Populasi penelitian ini adalah masyarakat tutur bahasa Indonesia yang tinggal di wilayah Kota Kendari.

Untuk keperluan responden penelitian ini dipilih penutur bahasa Indonesia yang termasuk dalam kelompok pendidikan, kelompok media massa, dan kelompok birokrat. Penentuan kelompok ini dilandasi dengan pertimbangan mereka berpotensi besar dalam memasyarakatkan bentuk pengindonesiaan kata dan ungkapan asing yang ditetapkan oleh Pusat Bahasa. Penentuan responden berdasarkan metode sampling acak proporsional (pemasyarakat bahasa) dan menentukan jumlah responden secara acak.

Dalam penelitian ini kami berencana menggunakan 100 responden dengan perincian sebagai berikut.

1. Kelompok Pendidikan
  - a. mahasiswa (negeri/swasta/jurusan bahasa/ nonbahasa) sebanyak 10 orang
  - b. dosen (negeri/swasta/jurusan bahasa/ nonbahasa) sebanyak 20 orang
  - c. guru (SMA/SMP) sebanyak 20 orang
2. Kelompok Media Massa (sebanyak 20 orang)
  - a. cetak
  - b. elektronik
3. Kelompok Birokrat
  - a. Diknas (10 orang)
  - b. Pemda (20 orang)

### **1.7 Sumber Data**

Bentuk pengindonesiaan kata dan istilah yang digunakan sebagai sumber data diambil dari Buku Seri Pedoman Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing yang disusun oleh Tim Pusat Bahasa.

### **1.8 Sistematika Penyajian**

Penelitian ini meliputi komposisi sebagai berikut. (1) pendahuluan; (2) landasan teori pengindonesiaan kata dan ungkapan asing; (3) analisis data responden dan keberterimaan kata dan ungkapan asing; (4) penutup.

## **BAB II**

# **LANDASAN TEORI**

### **2.1 Kedudukan Penelitian Keberterimaan Bentuk Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing**

Penelitian mengenai keberterimaan bentuk pengindonesiaan kata dan ungkapan asing ini dapat dikelompokkan ke dalam penelitian sosiolinguistik. Oleh karena itu, penelitian ini didasarkan pada teori yang telah dikembangkan dalam kajian sosiolinguistik. Teori sosiolinguistik yang digunakan dalam penelitian ini khusus yang berkenaan dengan teori perencanaan bahasa yang dikemukakan oleh para pakar dalam bidang itu.

Menurut dimensi sarannya, perencanaan bahasa dipecah menjadi dua, yaitu perencanaan korpus dan status (Moeliono, 1981). Yang pertama itu mengacu pada perencanaan bahasa sebagai sandi. Tujuannya adalah untuk mengembangkan (termasuk memodernkan dan membakukan) bahasa agar bahasa itu dapat dipakai sebagai wahana modern yang efektif dan efisien, seiring dengan laju perkembangan zaman, khususnya dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Yang kedua, perencanaan status, merujuk pada perencanaan bahasa di dalam hubungannya dengan bahasa-bahasa yang lain. Tujuannya adalah untuk membina orang-orang yang menjadi sasaran perencanaan itu agar mereka mau menggunakan bahasa yang dikehendaki perencanaan (kalau perlu dengan meninggalkan bahasa lain yang "tidak dikehendaki") dan agar yang sudah menggunakannya meningkatkan mutu bahasa mereka.

Berkenaan dengan itu, Moeliono (1981: 12-13), secara lebih rinci membedakan tiga anangan dalam penanganan masalah bahasa, yaitu yang disebutnya anangan pembinaan, anangan garis haluan yang berkenaan dengan penentuan kedudukan bahasa dan fungsi sosiolinguistik, dan anangan pengembangan berkenaan dengan pengembangan sandi bahasa, yang di dalamnya

termasuk pengaksaraan bahasa yang belum mengenal tata tulis, pembakuan bahasa, dan pemodernan bahasa. Sementara itu, ancangan pembinaan menyangkut usaha peningkatan jumlah pemakai bahasa dan mutu pemakaian bahasa.

Pembinaan bahasa Indonesia (dalam hal ini) merujuk pada empat sasaran bertingkat, yaitu: (1) penyebarluasan penggunaan bahasa Indonesia; (2) peningkatan mutu penggunaan bahasa Indonesia; (3) penumbuhan sikap yang baik terhadap bahasa Indonesia agar warga negara Indonesia menjunjung bahasa Indonesia; dan (4) pemupukan rasa cinta dan kesetiaan pada bahasa Indonesia.

Penelitian ini berkaitan dengan upaya pembinaan dan pengembangan bahasa, khususnya yang menyangkut pengembangan kosakata atau pemodernan bahasa. Pemodernan bahasa, seperti yang dikemukakan oleh Moeliono (1981: 114-115), mencakup usaha menjadikan bahasa itu bersifat sederajat secara fungsional dengan bahasa-bahasa lain yang lazim disebut bahasa terkembang yang sudah mantap. Pemodernan itu, menurutnya, mencakup dua aspek, yaitu pengembangan kosakata dan pengembangan jumlah laras serta bentuk-bentuk wacananya.

Pengembangan kosakata sangat erat kaitannya dengan penyerapan unsur bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia. Berdasarkan konteks kebahasaan, yang dimaksud dengan unsur serapan adalah unsur yang berasal dari bahasa asing atau bahasa daerah

Penyerapan unsur bahasa asing harus mempertahankan daya ungkap pemakai bahasa Indonesia dan harus memungkinkan orang menyatakan isi hatinya dengan tepat dan cermat. Jadi, penyerapan itu harus bersifat selektif. Unsur bahasa yang mengisi kekosongan akan memperkaya bahasa Indonesia, sedangkan unsur yang berlebih dan mubazir akan mengikis fungsinya sebagai sarana komunikasi yang dimiliki bersama secara nasional. Sebagai contoh konsep *condominium* yang sebelum ini tidak terdapat dalam budaya Indonesia, dapat diserap dengan cara yang sama. Berbeda halnya dengan *laundry* tidak perlu diserap karena sudah ada bentuk *binatu* dan *dobi*. Walaupun demikian masih banyak masyarakat yang lebih menggunakan bentuk *laundry*. Pemecahan terakhirnya adalah memopulerkan istilah *binatu* dan *dobi*. Pemilihan bahasa Indonesia di atas bahasa lain juga akan mencerminkan pandangan hidup dan sikap budaya masyarakat Indonesia.

Berdasarkan konsep-konsep teoretis di atas, penelitian ini mengevaluasi hasil kodifikasi yang telah dilakukan oleh para perencana bahasa (dalam hal ini Pusat Bahasa) berdasarkan sikap yang dimiliki oleh pemakai bahasa. Hal ini dilandasi pula oleh pendapat Halim (1979) yang menyebutkan bahwa keberhasilan perencanaan bahasa tidak hanya ditentukan oleh sikap masyarakat pemakai bahasa yang bersangkutan.

## 2.2 Pengertian Unsur Serapan

Berdasarkan konteks kebahasaan, yang dimaksud dengan unsur serapan adalah unsur yang berasal dari bahasa asing atau bahasa daerah, baik berupa imbuhan, kosakata, maupun peristilahan yang dipungut atau diserap ke dalam bahasa Indonesia. Dalam hal ini unsur serapan itu dengan sendirinya kemudian menjadi "warga" bahasa Indonesia. Oleh karena itu, unsur-unsur serapan itu dapat dijadikan atau diperlakukan seperti halnya unsur-unsur dalam bahasa Indonesia (Depdikbud, 1993).

Berdasarkan taraf integrasinya, unsur serapan dalam bahasa Indonesia dapat dibagi atas dua golongan besar. Pertama, unsur asing yang belum sepenuhnya terserap ke dalam bahasa Indonesia, misalnya: *reshuffle*, *shuttle cock*, dan *explotation*. Unsur-unsur ini dapat dipakai dalam bahasa Indonesia, tetapi penulisan dan pelafalannya telah disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. Kedua, unsur serapan yang penulisan dan pelafalannya telah disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. Unsur serapan yang kedua ini diusahakan agar ejaannya hanya diubah seperlunya sehingga bentuk Indonesianya masih bisa dibandingkan dengan bentuk asalnya, misalnya: *system* dan *structure* yang diserap menjadi *sistem* dan *struktur* (Mustakim, 1997).

## 2.3 Sumber Istilah

Sumber istilah dalam bahasa Indonesia meliputi: kosakata bahasa Indonesia, kosakata bahasa serumpun, dan kosakata bahasa asing.

### 2.3.1 Kosakata Bahasa Indonesia

Kosakata bahasa Indonesia yang dapat dijadikan bahan istilah ialah kata umum, baik yang lazim maupun yang tidak lazim, yang memenuhi salah satu syarat atau lebih yang berikut ini.

- a) Kata yang dengan tepat mengungkapkan makna konsep, proses, keadaan atau sifat yang dimaksudkan seperti *tunak (steady)*, *telus (percolate)*, *imak (simulate)*;
- b) Kata yang lebih singkat daripada yang lain yang berujukan sama, seperti *gulma* jika dibandingkan dengan *tumbuhan pengganggu*, *suaka (politik)* jika dibandingkan dengan *perlindungan (politik)*;
- c) Kata yang tidak bernilai rasa (konotasi) buruk yang sedap didengar (eufonik) seperti *pramuria* jika dibandingkan dengan *hostes*, *tunakarya* jika dibandingkan dengan *pengangguran*.

### 2.3.2 Kosakata Bahasa Serumpun

Jika di dalam bahasa Indonesia tidak ditemukan istilah yang dengan tepat dapat mengungkapkan konsep, proses, keadaan, atau sifat yang dimaksudkan, maka istilah itu dicari dalam bahasa serumpun, baik yang lazim maupun yang tidak lazim yang memenuhi ketiga syarat yang ada di atas.

Misalnya:

Istilah yang lazim:     *gumbut* (Banjar)             *peat* (Inggris)  
                                   *nyeri* (Sunda)                 *pain* (Inggris)  
                                   *timbel* (Jawa)                 *lead* (Inggris)

Istilah yang tidak lazim atau kuno:  
                                   *gawai* (Jawa)  
                                   *luah* (Bali, Bugis)  
                                   *device* (Inggris)  
                                   *discharge* (Inggris)

### 2.3.3 Kosakata Bahasa Asing

Jika baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa serumpun tidak ditemukan istilah yang tepat, maka bahasa asing dapat dijadikan sumber peristilahan Indonesia. Istilah baru dapat dibentuk dengan jalan menerjemahkan, menyerap dan sekaligus menerjemahkan istilah asing (Pamungkas,1972).

#### A. Penerjemahan Istilah Asing

Istilah baru dapat dibentuk dengan menerjemahkan istilah asing.

Misalnya:

*semeworking*                                     kerjasama  
*balanced budget*                             anggaran berimbang

Dalam penerjemahan istilah asing tidak selalu diperoleh dan tidak selalu perlu bentuk berimbang arti satu lawan satu. Yang pertama-tama harus diikhtiarkan ialah kesamaan dan kepaduan konsep, bukan kemiripan bentuk luarnya atau makna kharfiahnya.

Istilah dalam bentuk positif sebaiknya tidak diterjemahkan dalam bentuk negatif dan sebaliknya. Misalnya, *bound morpheme* diterjemahkan dengan morfem terikat, bukan dengan morfem tak terbatas.

**B. Penyerapan Istilah Asing**

Demi kemudahan pengalihan antarbahasa dan keperluan masa depan, pemasukan istilah asing yang bersifat internasional, melalui proses penyerapan, perlu dipertimbangkan jika salah satu syarat atau lebih yang berikut ini dipenuhi.

- Istilah serapan yang dipilih lebih cocok karena konotasinya.
- Istilah serapan yang dipilih lebih singkat jika dibandingkan dengan terjemahan Indonesianya.
- Istilah serapan yang dipilih dapat mempermudah tercapainya kesepakatan jika istilah Indonesia terlalu banyak sinonimnya.

Proses penyerapan ini dapat dilakukan dengan atau tanpa pengubahan yang berupa penyesuaian ejaan dan lafal.

Contoh:

Istilah Asing	Istilah Indonesia yang Dianjurkan	Istilah Indonesia yang Dijauhan
a. <i>anus</i>	- <i>anus</i>	- lubang pantat
<i>feces</i>	- <i>feses</i>	- tahi
<i>urine</i>	- <i>urine</i>	- kencing
b. <i>amputation</i>	- <i>amputasi</i>	- pemotongan (pembuangan anggota badan)
<i>decibel</i>	- <i>desibel</i>	- satuan ukuran kekerasan suara
c. <i>dysentery</i>	- <i>disentri</i>	- sakit murus, berak darah, mejan
d. <i>energy</i>	- <i>energi</i>	- daya, gaya, tenaga, kekuatan
e. <i>horizon</i>	- <i>horizon</i>	- kaki langit, ufuk, cakrawala

f. *narcotic* - *narkotik* - obat-obat bius, candu, opium, dadah, ganja

### C. Penyerapan dan Penerjemahan Sekaligus

Istilah bahasa Indonesia dapat dibentuk dengan jalan menyerap dan menerjemahkan istilah asing sekaligus.

Misalnya:

<i>bound morpheme</i>	morfem terikat
<i>clay colloid</i>	koloid lempung
<i>clearance volume</i>	volume ruang bebas
<i>subdivision</i>	subbagian

### D. Macam dan Sumber Bentuk Serapan

Istilah yang diambil dari bahasa asing dapat berupa bentuk dasar atau bentuk turunan. Pada prinsipnya dipilih bentuk tunggal, kecuali kalau konteksnya condong pada bentuk jamak. Pemilihan bentuk tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan:

- konteks situasi dan ikatan kalimat
- kemudahan belajar bahasa
- kepraktisan

Demi keseragaman, sumber rujukan yang diutamakan ialah istilah Inggris yang pemakaiannya sudah bersifat Internasional, yakni yang dilazimkan oleh para ahli dalam bidangnya. Penulisan istilah itu setidak-tidaknya dapat dilakukan dengan mengutamakan ejaannya dalam bahasa sumber tanpa mengabaikan segi lafal (Depdikbud, 1993).

Misalnya:

<i>atom</i>	atom
<i>electron</i>	elektron
<i>fundamental</i>	fundamental
<i>mathematics</i>	matematika
<i>system</i>	sistem

Istilah asing yang sudah diserap dan sudah lazim digunakan sebagai istilah masih dapat dipakai sungguhpun bertentangan dengan salah satu kaidah pembentukan istilah.

Misalnya:

<i>dommekracht</i>	(Belanda)	dongkrak	(Indonesia)
<i>fikr</i>	(Arab)	pikir	(Indonesia)
<i>parceiro</i>	(Portugal)	persero	(Indonesia)
<i>winfel</i>	(Belanda)	bengkel	(Indonesia)

### E. Istilah Asing yang Bersifat Internasional

Istilah asing yang ejaannya bertahan dalam banyak bahasa dipakai juga dalam bahasa Indonesia dengan syarat diberi garis bawah atau dicetak miring.

Misalnya:

<i>allegro moderato</i>	kecepatan sedang (dalam musik)
<i>ceteris paribus</i>	jika hal-hal lain tetap tidak berubah
<i>status quo</i>	keadaan yang sekarang
<i>vis-à-vis</i>	terhadap, berhadapan dengan

## 2.4 Bentuk-bentuk Penyerapan

### 2.4.1 Penyerapan Secara Alamiah

Dalam penyerapan secara alamiah, kata-kata asing yang diserap ke dalam bahasa Indonesia tidak mengalami perubahan. Kata-kata itu sudah lama terserap ke dalam bahasa Indonesia sehingga tidak perlu diubah ejaannya.

Misalnya:

film  
radio  
potret  
vitamin

### 2.4.2 Penyerapan Seperti Bentuk Asal

Menyerap sepenuhnya unsur serapan ke dalam bahasa Indonesia dipakai dalam konteks bahasa Indonesia, tetapi menyerapnya masih mempertahankan lafal bahasa asalnya.

Misalnya:

*outside*  
*de facto*  
*bridge*  
*shuttle cock*  
*briefing*  
*team*  
*charter*

### 2.4.3 Penyerapan dengan Terjemahan

Penyerapan unsur-unsur asing dalam bahasa Indonesia dapat dilakukan melalui penerjemahan kata-kata asing. Cara penerjemahan dilakukan dengan memilih kata-kata asing tertentu kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat berupa satu kata asing dipadankan dengan dua atau lebih kata bahasa Indonesia.

Misalnya:

*take off* : lepas landas

*feed back* : umpan balik

*volcano* : gunung api

*point* : butir

### 2.4.4 Penyerapan dengan Perubahan

Menyerap kata asing dengan mengubah ejaan asing sepenuhnya sehingga bentuk Indonesianya masih dapat dibandingkan dengan bentuk asalnya.

Misalnya:

manajemen dari *management*

komentar dari *commentary*

riset dari *research*

prinsip dari *principle*

gol dari *goal*

## **BAB III**

# **ANALISIS**

Dalam penelitian “Keberterimaan Bentuk Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing di Kalangan masyarakat Kota Kendari” ini disebarakan 100 kuesioner. Kuesioner itu disebarakan ke beberapa perguruan tinggi negeri dan swasta, wartawan media cetak dan elektronik, guru SMA, dan birokrat. Namun, kuesioner yang dikembalikan hanya 97 buah. Hasil penelitian ini dapat dilihat pada data dan analisis berikut.

### **3.1 Data Responden**

Penelitian “Keberterimaan Bentuk Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing di Kalangan Masyarakat Kota Kendari” ini melibatkan berbagai kalangan untuk dijadikan responden. Agar penelitian ini mencakup berbagai komponen, responden yang dipilih pun diusahakan dapat mewakili.

Pemilihan responden berdasarkan pada keberagaman jenis kelamin, kelompok usia, tingkat pendidikan, dan profesi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada uraian berikut ini.

#### **1.1.1 Jenis Kelamin**

Dari 97 responden yang mengembalikan kuesioner terdapat 60 responden yang berjenis kelamin laki-laki atau sekitar 61,86 %. Responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 37 orang atau sekitar 38,14 %. Perhatikan tabel 1 berikut ini.

**Tabel 1**  
**Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

JENIS KELAMIN	JUMLAH	%
Laki-laki	60	61,86
Perempuan	37	38,14
<b>JUMLAH</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

### 3.1.2 Usia

Jika dikelompokkan berdasarkan usia, terdapat tiga kelompok responden. Responden kelompok usia 18-25 tahun sebanyak 20 orang atau 20,62%, kelompok usia 26-40 tahun sebanyak 49 orang 50,52%, dan kelompok usia 41-60 tahun sebanyak 28 orang atau 28,86%. Data tersebut menunjukkan kelompok usia produktif merupakan kelompok responden terbanyak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2**  
**Data Responden Berdasarkan Usia**

USIA	JUMLAH	%
18 - 25	20	20,62
26 - 40	49	50,52
41 - 60	28	28,86
<b>JUMLAH</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

### 3.1.3 Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, terdapat empat kelompok responden. Responden yang berpendidikan sampai jenjang SLTA berjumlah 31 orang atau 31,96%, yang berpendidikan sampai jenjang D1/D2/D3 berjumlah 3 orang atau 3,09%, yang berpendidikan sampai jenjang S1 berjumlah 57 orang atau 58,76%, dan berpendidikan sampai jenjang S2/S3 berjumlah 6 orang atau 6,19%. Data tersebut menunjukkan kelompok tingkat pendidikan S-1 merupakan kelompok responden terbanyak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

**Tabel 3**  
**Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

<b>TINGKAT PENDIDIKAN</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>%</b>
SLTA	31	31,96
D1/D2/D3	3	3,09
S1	57	58,76
S2/S3	6	6,19
<b>JUMLAH</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

### 3.1.4 Pekerjaan atau Profesi

Jika dikelompokkan berdasarkan pekerjaan atau profesi responden, terdapat enam kelompok responden. Responden kelompok profesi mahasiswa berjumlah 10 orang atau 10,31%, kelompok profesi dosen berjumlah 20 orang atau 20,62%, kelompok profesi guru berjumlah 19 orang atau 19,59%, kelompok profesi karyawan media berjumlah 20 orang atau 20,62%, kelompok profesi birokrat yang terdiri atas 9 orang PNS Depdiknas atau 9,27% dan 19 orang PNS Pemda atau 19,59%. Data tersebut menunjukkan bahwa responden yang berprofesi dosen, karyawan media, guru, dan PNS Pemda adalah responden yang dominan. Hal ini sangat membantu kesahihan data sebab untuk mengukur tingkat penerimaan orang-orang yang berkecimpung dalam profesi tersebutlah yang menentukan keberterimaan bentuk pengindonesiaan kata dan ungkapan asing. Jika mereka telah banyak menggunakan bentuk yang sudah diindonesiakan, maka masyarakat akan meniru mereka. Namun, apabila mereka masih tetap menggunakan bentuk asing, maka bentuk pengindonesiaan kata dan ungkapan asing akan sukar diterima oleh masyarakat. Perhatikanlah tabel 4 berikut ini.

**Tabel 4**  
**Data Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi**

<b>PROFESI</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>%</b>
Mahasiswa	10	10,31
Dosen	20	20,62
Guru	19	19,59
Karyawan Media	20	20,62
PNS Diknas	9	9,27
PNS Pemda	19	19,59
<b>JUMLAH</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

### 3.2 Analisis

Pada bagian ini akan diuraikan jumlah responden dan persentase yang menggunakan salah satu bentuk dari padanan bentuk asing dan bentuk pengindonesiaan. Selain penguraian jumlah dan persentase responden, diuraikan pula alasan menggunakan bentuk yang mereka gunakan dan alasan tidak menggunakan bentuk yang tidak mereka gunakan. Dari tabel-tabel yang disajikan pada setiap padanan bentuk asing dan bentuk pengindonesiaan yang dijadikan data, dapat diketahui secara jelas keberterimaan bentuk-bentuk tersebut oleh masyarakat.

#### 3.2.1 Penggunaan Bentuk *Bedcover* dan *Kain Penutup Ranjang*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *bedcover* dan *kain penutup ranjang*, dari 97 responden, 56 responden (57,73%) menggunakan bentuk *bedcover*, sedangkan 41 responden (42,27%) menggunakan bentuk *kain penutup ranjang*. Temuan itu menunjukkan bahwa penggunaan kata *bedcover* dan *kain penutup ranjang* hampir berimbang. Namun, responden yang menggunakan kata *bedcover* masih tetap lebih banyak daripada yang menggunakan *kain penutup ranjang*. Hal itu dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 5**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Bedcover* dan *Kain Penutup Ranjang***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Bedcover	56	57,73
Kain Penutup Ranjang	41	42,27
<b>JUMLAH</b>	97	100

Adapun alasan responden menggunakan bentuk *bedcover* bervariasi. Ada 28 responden (28,87%) yang menggunakan karena kebiasaan, 13 responden (13,40%) karena sering melihat dan mendengarkan bentuk tersebut, 10 responden (10,31%) karena mengetahui arti bentuk tersebut, 2 responden (2,06%) karena kebiasaan sering melihat/mendengar, dan mengetahui arti, 1

responden (1,03%) karena kebiasaan dan sering melihat/mendengar, 2 responden (2,06%) karena sering melihat/mendengar dan mengetahui arti.

Alasan responden menggunakan bentuk kain penutup ranjang juga bervariasi. Ada 23 responden (23,71%) responden yang menggunakan karena kebiasaan, 6 responden (6,19%) karena sering melihat dan 12 responden (12,37%) karena mengetahui arti.

**Tabel 6**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Bedcover dan Kain Penutup Ranjang*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Bedcover		Kain Penutup Ranjang	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	28	28,87	23	23,71
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	13	13,40	6	6,19
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	10	10,31	12	12,37
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui</li> </ul>	0	0	0	0

Alasan responden tidak menggunakan bentuk *bedcover* pun bervariasi. Ada 28 responden (28,87%) tidak menggunakan karena tidak terbiasa, 4 responden (4,12%) karena merasa asing, 8 responden (8,25%) karena tidak mengetahui arti, 1 responden (1,03%) karena tidak terbiasa dan merasa asing.

Sebaliknya, ada 40 responden (41,24%) yang tidak menggunakan bentuk kain penutup ranjang karena tidak terbiasa, 12 responden (12,37%) karena merasa asing, 2 responden (2,06%) karena tidak mengetahui arti, dan 2 responden (2,06%) karena tidak terbiasa dan merasa asing. Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel 7 berikut ini.

**Tabel 7**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Bedcover* dan *Kain Penutup Ranjang***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Bedcover		Kain Penutup Ranjang	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	28	28,87	40	41,24
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	4	4,12	12	12,37

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0

Tabel 7 menunjukkan bahwa 41,24% tidak menggunakan bentuk *kain penutup ranjang* karena mereka tidak terbiasa. Oleh karena itu terhadap padanan bentuk *bedcover* dan *kain penutup ranjang*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *kain penutup ranjang*.

### 3.2.2 Penggunaan Bentuk *Blender* dan *Pelumat*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *blender* dan *pelumat*, dari 97 responden, 95 responden (97,94%) menggunakan bentuk *blender*, sedangkan 2 responden (2,06%) menggunakan bentuk *pelumat*. Temuan itu menunjukkan bahwa hampir semua responden masih menggunakan bentuk *blender* daripada bentuk *pelumat*. Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel 8 berikut.

**Tabel 8**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Blender dan Pelumat*

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Blender	95	97,94
Pelumat	2	2,06
<b>JUMLAH</b>	97	100

Sebagian besar responden menggunakan bentuk *blender* karena kebiasaan, tepatnya 57 responden (58,76%). Alasan-alasan lain seperti, sering melihat/mendengar ada 19 responden (19,59%), mengetahui arti ada 11 responden (11,34%), terbiasa, sering melihat/mendengar, serta mengetahui arti ada 5 responden (5,15%) dan terbiasa serta mengetahui arti ada 3 responden (3,10%).

Alasan responden menggunakan bentuk *pelumat* adalah 1 responden (1,03%) karena terbiasa dan 1 responden (1,03%) karena mengetahui arti. Alasan penggunaan bentuk padanan *blender* dan *pelumat* dapat dilihat pada tabel 9.

**Tabel 9**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Blender dan Pelumat*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Blender		Pelumat	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	57	58,76	1	1,03
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	19	19,59	0	0
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	11	11,34	1	1,03

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	95	97,94	2	2,06

Adapun alasan responden tidak menggunakan bentuk *pelumat* sangat bervariasi. Ada 66 responden (68,04%) karena tidak terbiasa, 20 responden (20,62%) karena merasa asing, 4 responden (4,12%) karena tidak mengetahui arti, 1 responden (1,03%) karena tidak terbiasa, merasa asing, dan tidak mengetahui arti, 3 responden (3,10%) karena tidak tahu dan merasa asing, 1 responden (1,03%) karena tidak terbiasa dan tidak mengetahui arti. Sebaliknya, alasan responden yang tidak menggunakan bentuk *blender* adalah karena mereka tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Untuk lebih jelasnya perhatikan tabel 10 berikut ini.

**Tabel 10**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
**Blender dan Pelumat**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Blender		Pelumat	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	66	68,04
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	20	20,62
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	2	2,06	95	97,94

Tabel 10 menunjukkan bahwa 68,04% responden tidak menggunakan bentuk *pelumat* karena mereka tidak terbiasa. Bahkan 20,62% responden malah merasa asing dengan bentuk tersebut. Oleh karena itu terhadap padanan bentuk *blender* dan *pelumat*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *pelumat*.

### 3.2.3 Penggunaan Bentuk *Mikrofon* dan *Pelantang*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *mikrofon* dan *pelantang*, dari 97 responden, 91 responden (93,81%) menggunakan bentuk *mikrofon*, sedangkan 6 responden (6,19%) menggunakan bentuk *pelantang*. Temuan itu menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih menggunakan bentuk *mikrofon* daripada bentuk *pelantang*. Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel berikut.

**Tabel 11**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Mikrofon* dan *Pelantang***

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Mikrofon	91	93,81
Pelantang	6	6,19
<b>JUMLAH</b>	97	100

Alasan responden menggunakan bentuk *mikrofon* bervariasi. Dari 91 responden ada 49 responden (50,52%) yang menggunakan karena kebiasaan, 24 responden (24,74%) karena sering melihat/mendengar, 11 responden (11,34%) karena mengetahui arti, 2 responden (2,06%) karena kebiasaan, sering melihat/mendengar, dan mengetahui arti, 5 responden (5,15%) karena kebiasaan dan mengetahui arti.

Alasan responden menggunakan bentuk *pelantang* adalah 4 responden (4,12%) karena terbiasa dan 2 responden (2,06%) karena mengetahui arti. Alasan penggunaan bentuk *mikrofon* dan *pelantang* dapat dilihat pada tabel 12.

**Tabel 12**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Mikrofon dan Pelantang***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Mikrofon		Pelantang	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	49	50,52	4	4,12
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	24	24,74	0	0
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	11	11,34	2	2,06
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut • Sering melihat/mendengar bentuk tersebut • Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	2	2,06	0	0
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut • Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	0	0	0	0
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut • Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	5	5,15	0	0
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut • Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	91	93,81	6	6,18

Sebagian besar responden tidak menggunakan bentuk *pelantang* karena tidak terbiasa yaitu berjumlah 57 responden (58,76%). Ada 22 responden (22,68%) karena merasa asing, 9 responden (9,28%) karena tidak mengetahui arti, dan 3 responden (3,10%) karena tidak terbiasa dan merasa asing. Sebaliknya, alasan

responden tidak menggunakan bentuk *mikrofon* karena tidak terbiasa berjumlah 5 responden (5,25%) dan 1 responden (1,03%) karena tidak mengetahui arti. Untuk lebih jelasnya perhatikan tabel 13.

**Tabel 13**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Mikrofon dan Pelantang***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Mikrofon		Pelantang	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	57	58,76
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	22	22,68
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	9	9,28
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
---	---	---	---	---

Tabel 13 menunjukkan bahwa 58,76% responden tidak menggunakan bentuk *pelantang* karena mereka tidak terbiasa. Bahkan 22,68% responden malah merasa asing dengan bentuk tersebut. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *mikrofon* dan *pelantang*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *pelantang*.

### 3.2.4 Penggunaan Bentuk *Sound System* dan *Peralatan Tata Suara*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *sound system* dan *peralatan tata suara*, dari 97 responden, 90 responden (93,81%) menggunakan bentuk *sound system*, sedangkan 7 responden (7,22%) menggunakan bentuk *peralatan tata suara*. Temuan itu menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih menggunakan bentuk *sound system* daripada bentuk *peralatan tata suara*. Untuk lebih jelasnya perhatikan tabel 14 berikut.

**Tabel 14**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Sound System* dan *Peralatan Tata Suara***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Sound System	90	92,78
Peralatan Tata Suara	7	7,22
<b>JUMLAH</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

Dari 90 responden yang menggunakan bentuk *sound system*, ada 48 responden (49,48%) yang menggunakan karena kebiasaan, 24 responden (24,74%) karena sering melihat/mendengar, 8 responden (8,25%) karena mengetahui arti, 3 responden

(3,10%) karena kebiasaan, sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti, 3 responden (3,10%) karena kebiasaan dan sering melihat/mendengarkan, dan 4 responden (4,12%) karena kebiasaan dan mengetahui arti. Sebaliknya, dari 7 responden yang menggunakan bentuk *peralatan tata suara*, 4 responden (4,12%) yang menggunakan karena kebiasaan, 1 responden (1,03%) karena sering melihat/mendengar, dan 2 responden (2,06%) karena mengetahui arti. Perhatikanlah tabel 15 berikut ini.

**Tabel 15**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Sound System* dan *Peralatan Tata Suara***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Sound System		Peralatan Tata Suara	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	48	49,48	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	24	24,74	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	90	92,79	7	7,21

Sebagian besar responden tidak menggunakan bentuk *peralatan tata suara* karena tidak terbiasa. Dari 90 responden yang tidak menggunakan bentuk *peralatan tata suara*, ada 56 responden (57,73%) karena tidak terbiasa, 26 responden (26,80%) karena merasa asing, 5 responden (5,15%) karena tidak mengetahui arti, dan 3 responden (3,10%) karena tidak terbiasa dan merasa asing. Sebaliknya, dari 7 responden yang tidak memilih menggunakan bentuk *sound system*, 6 responden (6,19%) karena tidak terbiasa dan 1 responden (1,03%) karena merasa asing. Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel 16 berikut ini.

**Tabel 16**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
**Sound System dan Peralatan Tata Suara**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	6	6,19	56	57,73
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	1	1,03	26	26,80
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	5	5,15

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk</li> </ul>	0	0	0	0

Tabel 16 menunjukkan bahwa 57,73% responden tidak menggunakan bentuk *peralatan tata suara* karena mereka tidak terbiasa. Bahkan 26,80% responden malah merasa asing dengan bentuk tersebut. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *sound system* dan *peralatan tata suara*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *peralatan tata suara*.

### 3.2.5 Penggunaan Bentuk *Body Lotion* dan *Calir Badan*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *body lotion* dan *calir badan*, dari 97 responden, 93 responden (95,88%) menggunakan bentuk *body lotion*, sedangkan 4 responden (4,12%) menggunakan bentuk *calir badan*. Temuan itu menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih menggunakan bentuk *body lotion* daripada bentuk *calir badan*. Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel berikut.

**Tabel 17**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
**Body Lotion dan Calir Badan**

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Body Lotion	93	95,88
Calir Badan	4	4,12
<b>JUMLAH</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

Dari 93 responden yang memilih menggunakan *body lotion*, yang memilih bentuk itu berdasarkan kebiasaan berjumlah 57 (58,77%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 13 (13,40%), kebiasaan, sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan dan mengetahui arti berjumlah 5 (5,16%), serta melihat/mendengar dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%).

Sementara itu, dari 4 orang yang memilih menggunakan bentuk *calir badan*, memilih bentuk itu berdasarkan kebiasaan berjumlah 1 (1,03%), mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan dan sering melihat, mendengarkan berjumlah 2 (2,06%). Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel berikut.

**Tabel 18**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Body Lotion dan Calir Badan**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Body Lotion		Calir Badan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	57	58,77	1	1,03
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	13	13,40	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	13	13,40	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,16	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	93	95,88	4	4,12

Sebagian besar responden tidak menggunakan bentuk *calir badan* karena tidak terbiasa berjumlah 29 (29,89%), merasa asing 44 (45,36%), tidak mengetahui arti berjumlah 9 (9,27%), tidak terbiasa dan merasa asing berjumlah 5 (5,15%), tidak terbiasa dan tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Sebaliknya, alasan responden tidak menggunakan bentuk *body lotion* karena tidak terbiasa berjumlah 3 (3,10%) dan tidak mengetahui arti 1 (1,03%). Untuk lebih jelasnya perhatikan tabel 19.

**Tabel 19**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Body Lotion dan Calir Badan***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Body Lotion		Calir Badan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	29	29,89
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	44	45,36
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	9	9,27
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	5	5,15
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<b>JUMLAH</b>	4	4,13	93	95,87

Tabel 19 menunjukkan bahwa 45,36% responden tidak menggunakan bentuk *calir badan* karena mereka justru merasa asing dengan bentuk tersebut. Selain itu ada 29,89% yang tidak menggunakan bentuk tersebut karena tidak terbiasa. Oleh karena itu terhadap padanan bentuk *body lotion* dan *calir badan*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *calir badan*.

### 3.2.6 Penggunaan Bentuk *Creambath* dan *Langir Krim*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *creambath* dan *langir krim*, dari 97 responden, 93 responden (95,88) menggunakan bentuk *creambath*, sedangkan 4 responden (4,12%) menggunakan bentuk *langir krim*. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih menggunakan bentuk *creambath* daripada bentuk *langir krim*. Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel berikut.

**Tabel 20**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Creambath* dan *Langir Krim***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Creambath	93	95,88
Langir Krim	4	4,12
<b>JUMLAH</b>	97	100

Dari 93 responden yang memilih menggunakan bentuk *creambath*, yang memilih bentuk ini karena kebiasaan berjumlah 52 responden (53,61%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 17 responden (17,53%), mengetahui arti berjumlah 17 responden (17,53%), mengetahui arti berjumlah 13 responden (13,40%), kebiasaan, sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 4 responden (4,12%), kebiasaan dan mengetahui arti berjumlah 6 responden (6,18%), serta sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 responden (1,03%).

Sementara itu, dari 4 orang yang memilih menggunakan bentuk *langir krim*, yang memilih bentuk ini berdasarkan kaidah berjumlah 3 (3,10%) dan sering melihat berjumlah 1 (1,03%). Perhatikanlah tabel 21 berikut ini.

**Tabel 21**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Creambath dan Langir Krim***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Creambath		Langir Krim	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	52	53,61	3	3,10
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	17	17,53	1	1,03
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	13	13,40	0	0
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	4	4,12	0	0
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut				
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut				
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	0	0	0	0
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut				
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	6	6,18	0	0
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut				
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	1	1,03	0	0
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut				
<b>JUMLAH</b>	93	95,87	4	4,12

Sebagian besar responden tidak menggunakan bentuk *langir krim* karena tidak terbiasa berjumlah 28 (28,87%), merasa asing berjumlah 42 (43,30%), tidak mengetahui arti berjumlah 12 (12,37%), tidak terbiasa dan merasa asing berjumlah 4 (4,12%), tidak terbiasa dan tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), serta merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%). Sebaliknya, dari 4 responden yang tidak menggunakan bentuk *creambath* karena tidak terbiasa berjumlah 2 (2,06%), merasa asing berjumlah 1 (1,03%), serta tidak terbiasa dan merasa asing berjumlah 1 (1,03%). Untuk lebih jelasnya perhatikan tabel 22.

**Tabel 22**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Creambath* dan *Langir Krim***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Creambath		Langir Krim	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	28	28,87
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	42	43,30
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	12	12,37
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	4	4,12

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti /makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	4	4,12
<b>JUMLAH</b>	4	4,12	93	95,88

Tabel 22 menunjukkan bahwa 43,30% responden tidak menggunakan bentuk *langir krim* karena mereka justru merasa asing dengan bentuk tersebut. Selain itu ada 28,87% yang tidak menggunakan bentuk tersebut karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *creambath* dan *langir krim*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *langir krim*.

### 3.2.7 Penggunaan Bentuk *Deodorant* dan *Pengawabau*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap bentuk *deodorant* dan *pengawabau*, dari 97 responden, 93 responden (95,87%) menggunakan bentuk *deodorant*, sedangkan 4 responden (4,12%) menggunakan bentuk *pengawabau*. Temuan itu menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih menggunakan bentuk *deodorant* daripada bentuk *pengawabau*. Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel berikut.

**Tabel 23**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Deodorant dan Pengawabau***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Deodorant	93	95,88
Pengawabau	4	4,12
<b>JUMLAH</b>	97	100

Dari 93 responden yang memilih menggunakan *deodorant* yang memilih bentuk itu berdasarkan kebiasaan berjumlah 55 (56,70%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 23 (23,71%), mengetahui arti berjumlah 6 (6,19%), kebiasaan, sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan dan sering melihat/mendengarkan berjumlah 4 (4,12%), serta sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%).

Sementara itu, dari 4 orang yang memilih menggunakan bentuk *pengawabau*, memilih bentuk itu berdasarkan kebiasaan berjumlah 1 (1,03%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 2 (2,06%), dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Perhatikan tabel 24 berikut ini.

**Tabel 24**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Deodorant dan Pengawabau***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Deodorant		Pengawabau	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	55	56,70	1	1,03
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	23	23,71	2	2,06

<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	6	6,19	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	93	95,88	4	4,12

Alasan responden tidak menggunakan bentuk *pengawabau* kebanyakan karena merasa asing dan juga tidak terbiasa. Ada 34 responden (35,05%) tidak memilih karena merasa asing, tidak terbiasa berjumlah 31 (31,95%), tidak mengetahui arti berjumlah 13 (13,40%). Tidak terbiasa, merasa asing, dan tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), tidak terbiasa dan merasa asing berjumlah 3 (3,10%), tidak terbiasa dan tidak mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%) serta merasa asing dan tidak mengetahui arti 5 (5,15%). Sebaliknya dari 4 yang tidak memilih bentuk *deodorant* karena tidak terbiasa berjumlah 2 (2,06%), merasa asing berjumlah 1 (1,03%), dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel 25 berikut.

**Tabel 25**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
**Deodorant dan Pengawabau**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	2	2,06	32	31,95
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	1	1,03	34	35,05
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	1	1,03	13	13,40
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	0	0	3	3,10
• Merasa asing dengan bentuk tersebut				
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut				
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	0	0	3	3,10
• Merasa asing dengan bentuk tersebut				
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	0	0	4	4,12
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut				
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	0	0	5	5,15
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut				
<b>JUMLAH</b>	4	4,12	93	95,87

Tabel 25 menunjukkan bahwa 35,05% responden tidak memilih bentuk *pengawabau* karena mereka justru merasa asing dengan bentuk tersebut. Selain itu ada 31,95% responden yang tidak menggunakan bentuk tersebut karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *deodorant* dan *pengawabau*, para pembina bahasa masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *pengawabau*.

### 3.2.8 Penggunaan Bentuk *Make up* dan *Tata Rias*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *make up* dan *tata rias*, dari 97 responden, 83 responden (85,57%) menggunakan bentuk *make up*, sedangkan 14 responden (14,43%) menggunakan bentuk *tata rias*. Temuan itu menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih menggunakan bentuk *make up*. Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel 26 berikut ini.

**Tabel 26**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Make Up* dan *Tata Rias***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Make up	83	85,57
Tata Rias	14	14,43
<b>JUMLAH</b>	97	100

Dari 83 responden yang memilih menggunakan bentuk *make up*, yang memilih bentuk itu karena kebiasaan berjumlah 59 (60,83%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 10 (10,31%), mengetahui arti berjumlah 6 (6,19%), kebiasaan, sering melihat, dan mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), serta kebiasaan, dan mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%).

Sementara itu, dari 14 responden yang memilih *tata rias*, yang memilih bentuk itu karena kebiasaan 5 (5,15%). Sering melihat/mendengar berjumlah 5 (5,15%), mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), serta kebiasaan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Untuk lebih jelasnya perhatikan tabel 27 berikut ini.

**Tabel 27**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Make Up dan Tata Rias**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Make Up		Tata Rias	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	59	60,83	5	5,15
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	10	10,31	5	5,15
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	6	6,19	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	83	85,57	14	14,43

Sebagian besar responden tidak menggunakan bentuk *tata rias* karena tidak terbiasa berjumlah 62 (63,92%), merasa asing berjumlah 15 (15,46%), tidak mengetahui arti berjumlah 5 (5,15%), serta tidak terbiasa, merasa asing, dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%).

Sebaliknya, dari 14 responden yang tidak menggunakan karena tidak terbiasa berjumlah 8 (8,25%), merasa asing berjumlah 3 (3,10%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), serta tidak terbiasa dan merasa asing berjumlah 1 (1,03%). Perhatikanlah tabel 28 berikut ini.

**Tabel 28**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Make Up* dan *Tata Rias***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Make up		Tata Rias	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	62	63,92
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	15	15,46
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	5	5,15
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	14	14,43	83	85,57

Tabel 28 menunjukkan bahwa 63,92% responden tidak menggunakan bentuk *tatarias* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *make up* dan *tata rias*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan sosialisasi penggunaan bentuk *tata rias*.

### 3.2.9 Penggunaan Bentuk *Seafood* dan *Hidangan Laut*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *seafood* dan *hidangan laut*, dari 97 responden, 63 responden (64,95%) menggunakan bentuk *seafood*, sedangkan 34 responden (35,05%) menggunakan bentuk *hidangan laut*. Temuan itu menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih menggunakan bentuk *seafood*. Untuk lebih jelasnya perhatikanlah tabel 29 berikut ini.

**Tabel 29**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Seafood* dan *Hidangan Laut***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Seafood	63	64,95
Hidangan Laut	34	35,05
<b>JUMLAH</b>	97	100

Dari 63 responden yang memilih menggunakan bentuk *seafood*, yang memilih bentuk itu karena kebiasaan berjumlah 36 (37,11%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 12 (12,37%), mengetahui arti berjumlah 11 (11,34%), kebiasaan, sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), serta kebiasaan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%).

Sementara itu, dari 34 responden yang memilih menggunakan bentuk *hidangan laut*, yang memilih bentuk itu karena kebiasaan berjumlah 15 (15,46%), sering melihat/mendengar berjumlah 5 (5,16%), mengetahui arti berjumlah 10 (10,31%), kebiasaan sering melihat/mendengar, dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), serta kebiasaan dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Perhatikan tabel 30 berikut ini.

**Tabel 30**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Seafood* dan *Hidangan Laut***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Seafood		Hidangan Laut	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	36	37,11	15	15,46
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	12	12,37	5	5,16
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	11	11,34	10	10,31
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut • Sering melihat/mendengar bentuk tersebut • Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	3	3,10	2	2,06

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	63	64,95	34	35,05

Sebagian besar responden tidak memilih menggunakan bentuk *hidangan laut* karena tidak terbiasa berjumlah 52 (53,61%), karena merasa asing berjumlah 9 (9,28%), dan karena tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%).

Sebaliknya, dari 34 responden yang tidak memilih bentuk *seafood* karena tidak terbiasa berjumlah 26 (26,80%) dan merasa asing berjumlah 8 (8,25%). Perhatikanlah tabel 31 berikut ini.

**Tabel 31**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Seafood* dan *Hidangan Laut***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Seafood		Hidangan Laut	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	26	26,80	52	53,61
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	9	9,28

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	34	35,05	63	64,95

Tabel 31 menunjukkan bahwa 53,61% responden tidak menggunakan bentuk *hidangan laut* karena mereka tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *seafood* dan *hidangan laut* para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *hidangan laut*.

### 3.2.10 Penggunaan Bentuk *Snack* dan *Kudapan*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *snack* dan *kudapan* dari 97 responden, 95 responden (97,94%) menggunakan bentuk *snack* dan 2 responden (2,06%) menggunakan bentuk *kudapan*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *snack* daripada bentuk

*kudapan* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 32 berikut ini.

**Tabel 32**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Snack dan Kudapan***

<b>PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>%</b>
Snack	95	97,94
Kudapan	2	2,06
<b>JUMLAH</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden memilih bentuk *snack* dan *kudapan*. Dari 95 responden yang memilih bentuk *snack*, yang memilih kata itu berdasarkan kebiasaan menggunakan berjumlah 71 (73,20%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 8 (8,25%), mengetahui arti berjumlah 10 (10,31%), kebiasaan menggunakan, sering melihat dan mengetahui arti berjumlah 5 (5,15%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *snack* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, 2 responden (2,06%) memilih bentuk *kudapan* karena kebiasaan. Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak yang memilih bentuk *snack* daripada *kudapan*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 33 berikut ini.

**Tabel 33**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Snack dan Kudapan**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Snack		Kudapan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	71	73,20	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	10	10,31	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	95	97,94	2	2,06

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden tidak memilih bentuk *snack* dan *kudapan*. Dua responden (2,06%) tidak memilih bentuk *snack* karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut 3 (3,1%).

Sementara itu, dari 95 responden yang tidak memilih bentuk *kudapan*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut 58 (59,79%), merasa asing 18 (18,56%), tidak mengetahui arti 9 (9,28%), tidak terbiasa, merasa asing, dan tidak mengetahui arti 6 (6,18%), tidak terbiasa, dan merasa asing 3 (3,10%), merasa asing dan tidak mengetahui arti 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak yang tidak memilih bentuk *kudapan* daripada bentuk *snack*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 34 berikut ini.

**Tabel 34**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Snack* dan *Kudapan***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Snack		Kudapan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	2	2,06	58	59,79
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	0	0	18	18,56
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	9	9,28
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	0	0	6	6,18
• Merasa asing dengan bentuk tersebut				
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut				

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<b>JUMLAH</b>	2	2,06	95	97,94

Tabel 34 menunjukkan bahwa alasan responden tidak menggunakan bentuk *kudapan* pada umumnya karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut, yaitu sekitar 59,79 %. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *snack* dan *kudapan* para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *kudapan*.

### 3.2.11 Penggunaan Bentuk *Supervisor* dan *Penyelia*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *supervisor* dan *penyelia* dari 97 responden, 88 responden (90,72%) menggunakan bentuk *supervisor*, 9 (9,28%) menggunakan bentuk *penyelia*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *supervisor* daripada bentuk *penyelia* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 35 berikut ini.

**Tabel 35**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Supervisor* dan *Penyelia***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Supervisor	88	90,72
Penyelia	9	9,28
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden memilih bentuk *supervisor* dan *penyelia*. Dari 88 responden yang memilih bentuk *supervisor*, yang memilih kata itu berdasarkan kebiasaan menggunakan berjumlah 46 (47,42%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 21 (21,65%), mengetahui arti berjumlah 14 (14,43%), kebiasaan menggunakan, sering melihat dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan dan sering melihat 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *supervisor* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 9 responden yang memilih bentuk *penyelia*, yang memilih bentuk itu berdasarkan kebiasaan berjumlah 1 (1,03%), sering melihat /mendengarkan berjumlah 4 (4,12%), mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan bentuk tersebut dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *supervisor* daripada *penyelia*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 36 berikut ini.

**Tabel 36**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Supervisor dan Penyelia***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Supervisor		Penyelia	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	46	47,42	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	21	21,65	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	14	14,43	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	88	90,73	9	9,27

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden tidak memilih bentuk *supervisor* dan *penyelia*. Dari 9 responden (9,28%) yang tidak memilih bentuk *supervisor*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut berjumlah 3 (3,1%), merasa asing berjumlah 3 (3,10%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), tidak terbiasa, merasa asing, tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%).

Sementara itu, dari 88 responden yang tidak memilih bentuk *penyelia*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut berjumlah 27 (27,83%), merasa asing berjumlah 28 (28,86%), tidak mengetahui arti berjumlah 22 (22,68%), tidak terbiasa, merasa asing, tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa, dan merasa asing berjumlah 5 (5,15%), tidak terbiasa dan tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak yang tidak memilih bentuk *penyelia* daripada bentuk *supervisor*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 37 berikut ini.

**Tabel 37**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Supervisor* dan *Penyelia***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Supervisor		Penyelia	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	3	3,10	27	27,83
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	3	3,10	28	28,86
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	2	2,06	22	22,68

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	5	5,15
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<b>JUMLAH</b>	9	9,29	88	90,71

Tabel 37 menunjukkan bahwa alasan responden tidak menggunakan bentuk *penyelia* seimbang, 27,83% karena tidak terbiasa, 28,86 % karena merasa asing, dan 22,68% karena tidak mengetahui arti. Oleh karena itu terhadap padanan bentuk *supervisor* dan *penyelia*, para pembina bahasa masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *penyelia*.

### 3.2.12 Penggunaan Bentuk *Sponsor* dan *Penaja*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *sponsor* dan *penaja* dari 97 responden, 96 responden (98,97%) menggunakan bentuk *sponsor*, sedangkan 1 responden (1,03%) menggunakan bentuk *penaja*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *sponsor* daripada bentuk *penaja* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal itu dapat dilihat pada tabel 38 berikut ini.

**Tabel 38**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Sponsor dan Penaja***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Sponsor	96	98,97
Penaja	1	1,03
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih bentuk *sponsor* dan *penaja*. Dari 96 responden yang memilih bentuk *sponsor*, yang memilih kata itu berdasarkan kebiasaan menggunakan bentuk tersebut berjumlah 58 (57,79%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 13 (13,40%), mengetahui arti berjumlah 18 (18,55%), kebiasaan menggunakan bentuk tersebut, sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan bentuk tersebut dan sering melihat/mendengarkan berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih kata *sponsor* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 1 responden yang memilih bentuk *penaja*, sering mengetahui arti/makna berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa memilih bentuk *penaja* hanya karena mengetahui arti. Hal ini berarti bahwa bentuk *sponsor* lebih berterima daripada bentuk *penaja*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 39 berikut ini.

**Tabel 39**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Sponsor dan Penaja**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Sponsor		Penaja	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	58	59,79	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	13	13,40	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	18	18,55	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	96	98,97	1	1,03

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *sponsor* dan *penaja*. Hanya 1 (1,03%) yang tidak memilih bentuk *sponsor* dengan alasan tidak terbiasa dengan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 96 responden yang tidak memilih bentuk *penaja*, yang tidak memilih karena terbiasa menggunakan bentuk tersebut berjumlah 31 (31,96%), merasa asing dengan bentuk tersebut berjumlah 27 (27,84%), tidak mengetahui arti berjumlah 28 (28,87%), tidak terbiasa, merasa asing, tidak mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), tidak terbiasa dan merasa asing berjumlah 4 (4,12%), tidak terbiasa dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak yang tidak memilih bentuk *penaja* dari pada bentuk *sponsor*. Hal ini berarti bahwa bentuk *sponsor* lebih berterima daripada bentuk *penaja*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 40.

**Tabel 40**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Sponsor* dan *Penaja***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Sponsor		Penaja	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	1	1,03	31	31,96
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	0	0	27	27,84
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	28	28,87

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	1	1,03	96	98,97

Tabel 40 menunjukkan adanya keseimbangan alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *penaja*. Tidak terbiasa berjumlah 31,96%, merasa asing berjumlah 27,84%. Bahkan ada yang tidak mengetahui arti berjumlah 28,87%. Oleh karena itu terhadap, kata *sponsor* dan *penaja*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *penaja*.

### 3.2.13 Penggunaan Bentuk *Catering* dan *Jasa Boga*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *catering* dan *jasa boga*, dari 89 responden (91,75%) menggunakan bentuk *catering*, sedangkan 8 responden (8,25%) menggunakan bentuk *jasa boga*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *catering* daripada bentuk *jasa boga*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 41 berikut.

**Tabel 41**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Catering dan Jasa Boga***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Catering	89	91,75
Jasa Boga	8	8,25
<b>JUMLAH</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih bentuk *catering* dan *jasa boga*. Dari 89 responden yang memilih bentuk *catering*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 54 (55,67%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 12 (12,37%), mengetahui arti berjumlah 12 (12,37%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengar, mengetahui arti berjumlah 5 (5,15%), kebiasaan menggunakan dan sering melihat/mendengar berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 5 (5,15%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *catering* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 8 responden yang memilih bentuk *jasa boga*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 3 (3,10%), sering melihat/mendengar berjumlah 3 (3,10%), mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *catering* daripada bentuk *jasa boga*. Hal ini berarti bentuk *catering* lebih berterima daripada bentuk *jasa boga*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 42 berikut ini.

**Tabel 42**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Catering dan Jasa Boga**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Catering		Jasa Boga	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	54	55,67	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	12	12,37	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	12	12,37	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	89	91,75	8	8,25

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *catering* dan *jasa boga*. Dari 8 responden yang tidak memilih bentuk *catering*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut berjumlah 7 (7,22%), merasa asing dengan bentuk tersebut berjumlah 1 (1,03%).

Sementara itu, dari 89 responden yang tidak memilih bentuk *jasa boga*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut berjumlah 62 (63,92%), merasa asing berjumlah 22 (22,68%), tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa, merasa asing, tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa dan merasa asing berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak yang tidak memilih bentuk *jasa boga* daripada bentuk *catering*. Hal itu berarti bahwa bentuk *catering* lebih berterima daripada bentuk *jasa boga*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 43 berikut ini.

**Tabel 43**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Catering* dan *Jasa Boga***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Catering		Jasa Boga	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	7	7,22	62	63,92
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	1	1,03	22	22,68
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	1	1,03
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	0	0	1	1,03
• Merasa asing dengan bentuk tersebut				
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut				

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	8	8,25	89	91,76

Tabel 43 menunjukkan 63,92% masih tidak terbiasa menggunakan bentuk *jasa boga*, bahkan 22,68% tidak mengetahui arti *jasa boga*. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *catering* dan *jasa boga*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *jasa boga*.

#### 3.2.14 Penggunaan Bentuk *Target* dan *Sasaran*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *target* dan *sasaran* dari 97 responden, 67 responden (69,07%) menggunakan bentuk *target*, sedangkan 30 (30,93%) menggunakan bentuk *sasaran*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *target* daripada bentuk *sasaran* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 44 berikut ini.

**Tabel 44**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Target dan Sasaran*

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Target	67	69,07
30	30	30,93
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden memilih bentuk *target* dan *sasaran*. Dari 67 responden (69,07%) yang memilih bentuk *target*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 46 (47,42%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 8 (8,25%), mengetahui arti berjumlah 8 (8,25%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *target* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 30 responden yang memilih bentuk *sasaran*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 18 (18,56%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 2 (2,06%), mengetahui arti berjumlah 7 (7,21%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *target* daripada bentuk *sasaran*. Hal ini berarti bahwa bentuk *target* lebih berterima dari pada bentuk *sasaran*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 45 berikut ini.

**Tabel 45**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Target dan Sasaran**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Target		Sasaran	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	46	47,42	18	18,56
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	7	7,21
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	67	69,08	30	30,92

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *target* dan *sasaran*. Dari 30 responden yang tidak memilih bentuk *target*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut berjumlah 26 (26,80%), merasa asing dengan bentuk tersebut berjumlah 3 (3,10%), tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *target* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu dari 67 responden yang tidak memilih bentuk *sasaran*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut berjumlah 53 (54,64%), merasa asing berjumlah 8 (8,25%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), tidak terbiasa, merasa asing, tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak yang tidak memilih bentuk *sasaran* daripada bentuk *target*. Hal ini berarti bahwa bentuk *target* lebih berterima daripada bentuk *sasaran*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 46 berikut ini.

**Tabel 46**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Target* dan *Sasaran***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Target		Sasaran	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	26	26,80	53	54,64
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	8	8,25
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	30	30,93	67	69,07

Tabel 46 menunjukkan bahwa alasan responden tidak menggunakan bentuk *sasaran*, sebagian besar 54,64% karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *target* dan *sasaran*, para pembina bahasa Indonesia perlu melakukan sosialisasi pemakaian bentuk *sasaran*.

### 3.2.15 Penggunaan Bentuk *Voucher* dan *Kupon*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *voucher* dan *kupon* dari 97 responden, 73 responden (75,26%) menggunakan bentuk *voucher*, sedangkan 24 responden (24,74%) menggunakan bentuk *kupon*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *voucher* daripada bentuk *kupon* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 47 berikut ini.

**Tabel 47**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Voucher dan Kupon***

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Voucher	73	75,26
Kupon	24	24,74
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden memilih bentuk *voucher* dan *kupon*. Dari 73 responden yang memilih bentuk *voucher*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 47 (48,45%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 13 (13,40%), mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *voucher* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 24 responden yang memilih bentuk *kupon*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 17 (17,52%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 3 (3,10%), mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *voucher* daripada bentuk *kupon*. Hal ini berarti bahwa bentuk *voucher* lebih berterima daripada bentuk *kupon*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 48 berikut ini.

**Tabel 48**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Voucher dan Kupon**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Voucher		Kupon	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	47	48,45	17	17,52
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	13	13,40	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	7	7,21	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<b>JUMLAH</b>	73	75,26	24	24,74

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden tidak memilih bentuk *voucher* dan *kupon*. Dari 24 responden yang tidak memilih bentuk *voucher*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut berjumlah 19 (19,59%), merasa asing dengan bentuk tersebut berjumlah 11 (11,34%), tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%).

Sementara itu, dari 73 responden yang tidak memilih bentuk *kupon*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut berjumlah 59 (60,82%), merasa asing dengan bentuk tersebut berjumlah 11 (11,34%), tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak yang tidak memilih menggunakan bentuk *kupon* daripada bentuk *voucher*. Hal ini berarti bahwa bentuk *voucher* lebih berterima daripada bentuk *kupon*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 49 berikut ini.

**Tabel 49**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Voucher* dan *Kupon***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Voucher		Kupon	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	19	19,59	59	60,82
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	4	4,12	11	11,34
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	1	1,03	3	3,10
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut • Merasa asing dengan bentuk tersebut • Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	24	24,74	73	75,26

Tabel 49 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 66,82% tidak menggunakan bentuk *kupon* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *voucher* dan *kupon*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan sosialisasi bentuk *kupon*.

### 3.2.16 Penggunaan Bentuk *Discount* dan *Potongan Harga*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *discount* dan *potongan harga* dari 97 responden, 89 responden menggunakan bentuk *discount*, sedangkan 8 responden (8,25%) menggunakan bentuk *potongan harga*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *discount* daripada bentuk *potongan harga* yang dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 50 berikut.

**Tabel 50**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Discount dan Potongan Harga*

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Discount	89	91,75
Potongan Harga	8	8,25
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden memilih bentuk *discount* dan *potongan harga*. Dari 89 responden yang memilih bentuk *discount*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 57 (58,76%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 10 (10,31%), mengetahui arti berjumlah 11 (11,34%), kebiasaan menggunakan, melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan dan sering melihat/mendengarkan berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 5 (5,15%), sering melihat/ mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *discount* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 8 responden yang memilih bentuk *potongan harga*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 6 (6,19%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak menggunakan bentuk *discount* daripada bentuk *potongan harga*. Hal ini berarti bahwa bentuk *discount* lebih berterima daripada bentuk *potongan harga*. Perhatikan tabel 51 berikut ini.

**Tabel 51**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Discount dan Potongan Harga*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Diskon		Potongan Harga	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	57	58,76	6	6,19
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	10	10,31	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	11	11,34	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	1	1,03
<b>JUMLAH</b>	89	91,75	8	8,25

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *discount* dan *potongan harga*. Dari 8 responden yang tidak memilih bentuk *discount*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa berjumlah 6 (6,19%), merasa asing berjumlah 2 (2,06%).

Sementara itu dari 89 responden yang tidak memilih bentuk *potongan harga*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa berjumlah 75 (75,32%), merasa asing berjumlah 12 (12,37%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa lebih banyak pemakai bahasa yang tidak memilih bentuk *potongan harga* daripada bentuk *discount*. Hal ini berarti bahwa bentuk *discount* lebih berterima daripada bentuk *potongan harga*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 52 berikut ini.

**Tabel 52**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Discount* dan *Potongan Harga***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Discount		Potongan Harga	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	6	6,19	75	75,32
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	2	2,06	12	12,37
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	2	2,06
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut • Merasa asing dengan bentuk tersebut • Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	8	8,25	89	91,75

Tabel 52 menunjukkan sebagian besar responden yaitu 75,32% tidak menggunakan bentuk *potongan harga* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu terhadap padanan bentuk *discount* dan *potongan harga*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *potongan harga*.

### 3.2.17 Penggunaan Bentuk *Go Publik* dan *Masuk Bursa*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *go public* dan *masuk bursa* dari 97 responden, 82 responden (84,54%) menggunakan bentuk *go public*, sedangkan 15 responden (15,46%) menggunakan bentuk *masuk bursa*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *go public* daripada *masuk bursa* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 53 berikut ini.

**Tabel 53**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Go Publik dan Masuk Bursa***

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Go Publik	82	84,54
Masuk Bursa	15	15,46
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden memilih bentuk *go public* dan *masuk bursa*. Dari 82 responden yang memilih bentuk *go public*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 43 (44,33%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 15 (15,46%), mengetahui arti berjumlah 16 (16,49%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *go public* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 15 responden yang memilih bentuk *masuk bursa*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 4 (4,12%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 8 (8,25%), mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *go public* daripada *masuk bursa*. Hal ini berarti bahwa bentuk *go public* lebih berterima daripada bentuk *masuk bursa*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 54 berikut ini.

**Tabel 54**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Go Publik dan Masuk Bursa*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Go Publik		Masuk Bursa	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	43	44,33	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	15	15,46	8	8,25
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	16	16,49	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	82	84,52	15	15,47

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *go public* dan *masuk bursa*. Dari 15 responden yang tidak memilih bentuk *go public*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa berjumlah 8 (8,25%), merasa asing berjumlah 4 (4,12%), tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%).

Sementara itu, dari 82 responden yang tidak memilih bentuk *masuk bursa*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa berjumlah 54 (55,67%), merasa asing berjumlah 21 (21,65%), tidak mengetahui arti berjumlah 4 (4,12 %), tidak terbiasa dan mersa asing berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa dan tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa lebih banyak pemakai bahasa lebih banyak yang tidak memilih bentuk *masuk bursa* daripada bentuk *go public*. Hal ini berarti bahwa bentuk *go public* lebih berterima daripada bentuk *masuk bursa*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 55 berikut.

**Tabel 55**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Go Publik dan Masuk Bursa***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Go Publik		Masuk Bursa	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	54	55,67
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	21	21,65
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	15	15,47	82	84,53

Tabel 55 menunjukkan sebagian besar responden, yaitu sekitar 55,67% tidak memilih bentuk *masuk bursa* karena tidak terbiasa dan 21,65% tidak mengetahui arti *masuk bursa*. Oleh karena itu, terhadap bentuk *go public* dan *masuk bursa*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *masuk bursa*.

### 3.2.18 Penggunaan Bentuk *Door Prize* dan *Hadiah Lawang*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *door prize* dan *hadiah lawang* dari 97 responden, 90 responden (92,78%) menggunakan bentuk *door prize*, sedangkan 7 responden (7,22%) menggunakan bentuk *hadiah lawang*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *door prize* daripada bentuk *hadiah lawang* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 56 berikut.

**Tabel 56**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Door Prize* dan *Hadiah Lawang***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Door Prize	90	92,78
Hadiah Lawang	7	7,22
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih bentuk *door prize* dan *hadiah lawang*. Dari 90 responden yang memilih bentuk *door prize*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 50 (51,55%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 20 (20,62%), mengetahui arti berjumlah 11 (11,34%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan dan sering melihat/mendengarkan berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *door prize* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 7 responden, yang memilih bentuk *hadiah lawang*, yang tidak memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 2 (2,06%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 3 (3,10%), mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *door prize* daripada bentuk *hadiah lawang*. Hal ini berarti bahwa bentuk *door prize* lebih berterima daripada bentuk *hadiah lawang*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 57 berikut.

**Tabel 57**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Door Prize dan Hadiah Lawang**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Door Prize		Hadiah Lawang	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	50	51,55	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	20	20,62	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	11	11,34	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	90	92,78	7	7,22

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *door prize* dan *hadiah lawang*. Dari 7 responden (7,22%) yang tidak memilih bentuk *door prize*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa berjumlah 1 (1,03%), merasa asing berjumlah 4 (4,12%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%).

Sementara itu, dari 90 responden yang tidak memilih bentuk *hadiah lawang*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa berjumlah 30 (30,93%), merasa asing berjumlah 30 (30,93%), tidak mengetahui arti berjumlah 19 (19,59%), tidak terbiasa, merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), tidak terbiasa dan merasa asing berjumlah 3 (3,10%), tidak terbiasa dan tidak mengetahui arti/makna berjumlah 3 (3,10%), merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa lebih banyak pemakai bahasa yang tidak memilih bentuk *hadiah lawang* daripada bentuk *door prize*. Hal ini berarti bahwa bentuk *door prize* lebih berterima daripada bentuk *hadiah lawang*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 58 berikut ini.

**Tabel 58**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
**Door Prize dan Hadiah Lawang**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Door Prize		Hadiah Lawang	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	1	1,03	30	30,93
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	4	4,12	30	30,93
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	2	2,06	19	19,59

**Tabel 60**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Developer dan Pengembang*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING-INDONESIA			
	Developer		Pengembang	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	39	40,21	7	7,22
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	13	13,40	11	11,34
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	11	11,34	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,16	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<b>JUMLAH</b>	72	74,23	25	25,77

Pernyataan berikut ini alasan responden tidak memilih bentuk *developer* dan *pengembang*. Dari 25 responden yang tidak memilih bentuk *developer*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 16 (16,49%), merasa asing berjumlah 5 (5,15%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), tidak terbiasa dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%).

Sementara itu, dari 72 responden yang tidak memilih bentuk *pengembang*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 49 (50,52%), merasa asing berjumlah 15 (15,15%), tidak mengetahui arti berjumlah 7 (7,22%), tidak terbiasa, merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak tidak memilih bentuk *pengembang* daripada bentuk *developer*. Hal ini berarti bahwa bentuk *developer* lebih berterima daripada bentuk *pengembang*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 61 berikut.

**Tabel 61**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
**Developer dan Pengembang**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Developer		Pengembang	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	16	16,49	49	50,52
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	5	5,15	15	15,15
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	2	2,06	7	7,22
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut • Merasa asing dengan bentuk tersebut • Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	1	1,03

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	25	25,76	72	73,92

Tabel 61 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (50,52%) tidak menggunakan bentuk *pengembang* adalah karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *developer* dan *pengembang*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *pengembang*.

### 3.2.20 Penggunaan Bentuk *Dealer* dan *Penyalur*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *dealer* dan *penyalur*, dari 97 responden 75 responden (77,32%) menggunakan bentuk *dealer*, sedangkan 22 responden (22,68%) menggunakan bentuk *penyalur*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *dealer* daripada bentuk *penyalur* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 62 berikut ini.

**Tabel 62**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
**Dealer dan Penyalur**

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Dealer	75	77,32
Penyalur	22	22,68
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden memilih bentuk *dealer* dan *penyalur*. Dari 75 responden yang memilih bentuk *dealer*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 40 (41,24%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 12 (12,37%), mengetahui arti berjumlah 15 (15,46%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan dan sering melihat/mendengarkan berjumlah 1(1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *dealer* karena kebiasaan menggunakan.

Sementara itu, dari 22 responden yang memilih bentuk *penyalur*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 10 (10,31%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 7 (7,22%), mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak menggunakan bentuk *dealer* daripada bentuk *penyalur*. Hal ini berarti bahwa bentuk *dealer* lebih berterima daripada bentuk *penyalur*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 63 berikut.

**Tabel 63**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Dealer dan Penyalur**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Dealer		Penyalur	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	40	41,24	10	10,31
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	12	12,37	7	7,22
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	15	15,46	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	1	1,03
<b>JUMLAH</b>	75	77,33	22	22,68

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *dealer* dan bentuk *penyalur*. Dari 22 responden yang tidak memilih bentuk *dealer*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 16 (16,49%), merasa asing berjumlah 6 (6,19%).

Sementara itu, dari 75 responden yang tidak memilih bentuk *penyalur*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 60 (61,86%), merasa asing berjumlah 13 (13,40%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak tidak memilih bentuk *penyalur* daripada bentuk *dealer*. Hal ini berarti bahwa bentuk *dealer* lebih berterima daripada bentuk *penyalur*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 64 berikut.

**Tabel 64**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Dealer* dan *Penyalur***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Dealer		Penyalur	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	16	16,49	60	61,86
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	6	6,19	13	13,40
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	2	2,06
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut • Merasa asing dengan bentuk tersebut • Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	22	22,68	75	77,32

Tabel 64 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (61,86%) tidak menggunakan bentuk *penyalur* adalah karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *dealer* dan *penyalur*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *penyalur*.

### 3.2.21 Penggunaan Bentuk *Cleaning Service* dan *Layanan Pembersih*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *cleaning service* dan *layanan pembersih*, dari 97 responden, 93 responden (95,88%) menggunakan bentuk *cleaning service*, sedangkan 4 responden (4,12%) menggunakan bentuk *layanan pembersih* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 65 berikut ini.

**Tabel 65**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Cleaning Service dan Layanan Pembersih*

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Cleaning Service	93	95,88
Layanan Pembersih	4	4,12
<b>JUMLAH</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih bentuk *cleaning service* dan *layanan pembersih*. Dari 93 responden yang memilih bentuk *cleaning service*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 51 (52,58%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 12 (12,37%), mengetahui arti berjumlah 21 (21,65%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 5 (5,15%), sering melihat, mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *cleaning service* karena kebiasaan menggunakan.

Sementara itu, dari 4 responden yang memilih bentuk *layanan pembersih*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 1 (1,03%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa bentuk *cleaning service* lebih banyak dipilih oleh pemakai bahasa daripada bentuk *layanan pembersih*. Hal ini berarti bahwa bentuk *cleaning service* lebih berterima daripada bentuk *layanan pembersih*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 66 berikut.

**Tabel 66**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Cleaning Service dan Layanan Pembersih*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Cleaning Service		Layanan pembersih	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	51	52,58	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	12	12,37	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	21	21,65	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	93	95,88	4	4,13

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden tidak memilih bentuk *cleaning service* dan *layanan pembersih*. Dari 4 responden yang tidak memilih bentuk *cleaning service*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 3 (3,10%), merasa asing berjumlah 1 (1,03%).

Sementara itu, dari 93 responden yang tidak memilih bentuk *layanan pembersih*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan 76 responden (78,35%), merasa asing berjumlah 12 (12,37%), tidak mengetahui arti berjumlah 5 (5,15%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak yang tidak memilih bentuk *layanan pembersih* daripada bentuk *cleaning service*. Hal ini berarti bahwa bentuk *cleaning service* lebih berterima daripada bentuk *layanan pembersih*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 67 berikut.

**Tabel 67**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Cleaning Service* dan *Layanan Pembersih***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Cleaning Service		Layanan Pembersih	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	3	3,10	76	78,35
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	1	1,03	12	12,37
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	5	5,15
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	0	0	0	0
• Merasa asing dengan bentuk tersebut				
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut				

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	4	4,13	93	95,87

Tabel 67 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (78,35%) tidak menggunakan bentuk *layanan pembersih* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *cleaning service* dan *layanan pembersih*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *layanan pembersih*.

### 3.2.22 Penggunaan Bentuk *Laminating* dan *Penyalutan*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *laminating* dan *penyalutan*, dari 97 responden, 91 responden (93,18%) menggunakan bentuk *laminating*, sedangkan 6 responden (6,19%) menggunakan bentuk *penyalutan* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 68 berikut.

**Tabel 68**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Laminating dan Penyalutan*

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Laminating	91	93,81
Penyalutan	6	6,19
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih bentuk *laminating* dan *penyalutan*. Dari 91 responden yang memilih bentuk *laminating*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 46 (47,42%), sering melihat dan mendengar berjumlah 23 (23,71%), mengetahui arti berjumlah 11 (11,34%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan dan sering melihat/mendengarkan berjumlah 5 (5,15%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa bentuk *laminating* lebih banyak dipilih karena kebiasaan menggunakan.

Sementara itu, dari 6 responden yang memilih bentuk *penyalutan*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 1 (1,03%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 5 (5,15%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *laminating* daripada bentuk *penyalutan*. Hal ini berarti bahwa bentuk *laminating* lebih berterima daripada bentuk *penyalutan*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 69 berikut.

**Tabel 69**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Laminating dan Penyalutan*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Laminating		Penyalutan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	46	47,42	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	23	23,71	5	5,15
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	11	11,34	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	91	93,82	6	6,18

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *laminating* dan *penyalutan*. Dari 6 responden yang tidak memilih bentuk *laminating*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 2 (2,06%), merasa asing berjumlah 2 (2,06%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%).

Sementara itu, dari 91 responden yang tidak memilih bentuk *penyalutan*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 39 (40,21%), merasa asing berjumlah 30 (30,93%), tidak mengetahui arti berjumlah 11 (11,34%), tidak terbiasa, merasa asing, tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa dan merasa asing berjumlah 8 (8,25%), tidak terbiasa dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak tidak memilih bentuk *penyalutan* daripada bentuk *laminating*. Hal ini berarti bentuk *laminating* lebih berterima daripada bentuk *penyalutan*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 70 berikut.

**Tabel 70**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Laminating* dan *Penyalutan***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Laminating		Penyalutan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	2	2,06	39	40,21
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	2	2,06	30	30,93
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	2	2,06	11	11,34

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	8	8,25
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<b>JUMLAH</b>	6	6,18	91	93,82

Tabel 70 menunjukkan bahwa 40,21% responden tidak memilih bentuk *penyalutan* karena tidak terbiasa. Bahkan ada 30,93% responden tidak memilih bentuk *penyalutan* karena merasa asing. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *laminating* dan *penyalutan*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *penyalutan*.

### 3.2.23 Penggunaan Bentuk *Technical Meeting* dan *Rapat Teknis*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap bentuk *technical meeting* dan *rapat teknis* dari 97 responden, 75 responden (77,32%) yang menggunakan bentuk *technical meeting*, sedangkan 22 responden (22,68%) menggunakan bentuk *rapat teknis*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *technical meeting* daripada *rapat teknis* yang sudah dipadankan ke

dalam bahasa Indonesia. Hal itu dapat dilihat pada tabel 71 berikut.

**Tabel 71**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Technical Meeting* dan *Rapat Teknis***

<b>PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>%</b>
Technical Meeting	75	77,32
Rapat Teknis	22	22,68
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih bentuk *technical meeting* dan *rapat teknis*. Dari 75 responden yang memilih bentuk *technical meeting*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 47 (48,45%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 8 (8,25%), mengetahui arti berjumlah 14 (14,43%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengar dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *technical meeting* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 22 responden yang memilih bentuk *rapat teknis*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 8 (8,25%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 7 (7,22%), mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *technical meeting* daripada bentuk *rapat teknis*. Hal ini berarti bahwa bentuk *technical meeting* lebih berterima daripada bentuk *rapat teknis*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 72 berikut.

**Tabel 72**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Technical Meeting* dan *Rapat Teknis***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Technical Meeting		Rapat Teknis	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	47	48,45	8	8,25
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	7	7,22
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	14	14,43	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	75	77,31	22	22,69

Pernyataan berikut adalah responden tidak memilih bentuk *technical meeting* dan *rapat teknis*. Dari 22 responden, yang tidak memilih bentuk *technical meeting*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 16 (16,49%), merasa asing berjumlah 5 (5,15%), tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%).

Sementara itu, dari 75 responden yang tidak memilih bentuk *rapat teknis*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 60 (61,86%), merasa asing berjumlah 11 (11,34%), tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak tidak memilih bentuk *rapat teknis* daripada bentuk *technical meeting*. Hal ini berarti bahwa bentuk *technical meeting* lebih berterima daripada bentuk *rapat teknis*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 73 berikut.

**Tabel 73**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Technical Meeting* dan *Rapat Teknis***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Technical Meeting		Rapat Teknis	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	16	16,49	60	61,86
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	5	5,15	11	11,34
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	1	1,03	3	3,10
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut • Merasa asing dengan bentuk tersebut • Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	22	22,67	75	77,33

Tabel 73 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (61,86%) tidak memilih bentuk *rapat teknis* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu terhadap padanan bentuk *technical meeting* dan *rapat teknis*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *rapat teknis*.

### 3.2.24 Penggunaan Bentuk *Training* dan *Pelatihan*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *training* dan *pelatihan* dari 97 responden, 53 responden (54,64%) memilih menggunakan bentuk *training*, sedangkan 44 responden (45,36%) memilih menggunakan bentuk *pelatihan*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *training* daripada bentuk *pelatihan* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia. Hal itu dapat dilihat pada tabel 74 berikut ini.

**Tabel 74**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Training dan Pelatihan*

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Training	53	54,64
Pelatihan	44	45,36
<b>JUMLAH</b>	97	100

Dari 53 responden yang memilih menggunakan bentuk *training*, yang memilih karena kebiasaan berjumlah 35 (36,08%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 8 (8,25%), mengetahui arti berjumlah 7 (7,22%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa bentuk *training* lebih banyak dipilih oleh pemakai bahasa karena kebiasaan menggunakan.

Sementara itu, dari 44 responden yang memilih bentuk *pelatihan*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 27 (27,84%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 6 (6,19%), mengetahui arti berjumlah 6 (6,19%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak memilih bentuk *training* daripada bentuk *pelatihan*. Hal ini berarti bahwa bentuk *training* lebih berterima daripada bentuk *pelatihan*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 75 berikut.

**Tabel 75**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Training dan Pelatihan*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Training		Pelatihan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	35	36,08	27	27,84
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	6	6,19
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	7	7,22	6	6,19
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	53	54,65	44	45,38

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *training* dan *pelatihan*. Dari 44 responden yang tidak memilih bentuk *training*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 39 (40,21%), merasa asing berjumlah 3 (3,10%), tidak mengetahui arti/makna berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa dan merasa asing berjumlah 1 (1,03%).

Sementara itu, dari 53 responden yang tidak memilih bentuk *pelatihan*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 47 (48,45%) dan merasa asing berjumlah 6 (6,19%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak yang tidak memilih bentuk *pelatihan* daripada bentuk *training*. Hal ini berarti bahwa bentuk *training* lebih berterima daripada bentuk *pelatihan*. Hal ini itu dapat dilihat pada tabel 76 berikut.

**Tabel 76**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Training* dan *Pelatihan***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Training		Pelatihan	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	39	40,21	47	48,45
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	3	3,10	6	6,19
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	1,03	1	1,03
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	0	0	0	0
• Merasa asing dengan bentuk tersebut				
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut				

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	44	45,36	53	54,64

Tabel 76 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (48,45%) tidak memilih bentuk *pelatihan* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *training* dan *pelatihan*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *pelatihan*.

### 3.2.25 Penggunaan Bentuk *Upgrade* dan *Peningkatan Mutu*

Dari 97 responden, 24 responden (24,74%) menggunakan bentuk *upgrade*, sedangkan 73 responden (75,26%) menggunakan bentuk *peningkatan mutu*. Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *peningkatan mutu* yang sudah dipadankan ke dalam bahasa Indonesia daripada bentuk *upgrade*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 77 berikut.

**Tabel 77**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Upgrade dan Peningkatan Mutu***

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Upgrade	24	24,74
Peningkatan Mutu	73	75,26
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih bentuk *upgrade* dan *peningkatan mutu*. Dari 24 responden yang memilih bentuk *upgrade*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 17 (17,53%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 3 (3,10%), mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa bentuk *upgrade* banyak dipilih karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 73 responden yang memilih bentuk *peningkatan mutu*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 31 (31,96%), sering melihat/mendengarkan berjumlah 18 (18,56%), mengetahui arti berjumlah 12 (12,37%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/ mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/ mendengarkan berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 7 (7,22%). Temuan ini menggambarkan bahwa bentuk *peningkatan mutu* lebih banyak dipilih oleh pemakai bahasa daripada bentuk *upgrade*. Hal ini berarti bahwa bentuk *peningkatan mutu* lebih berterima dari pada bentuk *upgrade*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 78 berikut.

**Tabel 78**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Upgrade dan Peningkatan Mutu**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Upgrade		Peningkatan Mutu	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	17	17,53	31	31,96
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	18	18,56
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	12	12,37
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	7	7,22
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	24	24,75	73	75,27

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *upgrade* dan *peningkatan mutu*. Dari 73 responden yang tidak memilih bentuk *upgrade*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 48 (49,49%), merasa asing berjumlah 14 (14,43%), tidak mengetahui arti berjumlah 8 (8,25%).

Sementara itu, dari 24 responden yang tidak memilih bentuk *peningkatan mutu*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut berjumlah 14 (14,43%), merasa asing berjumlah 6 (6,19%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa pemakai bahasa lebih banyak yang tidak memilih bentuk *upgrade* daripada bentuk *peningkatan mutu*. Ini menandakan bahwa bentuk *peningkatan mutu* lebih berterima daripada bentuk *upgrade*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 79 berikut.

**Tabel 79**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Upgrade* dan *Peningkatan Mutu***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Up-grade		Peningkatan Mutu	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	48	49,48	14	14,43
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	14	14,43	6	6,19
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	8	8,25	2	2,06
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut • Merasa asing dengan bentuk tersebut • Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	73	75,25	24	24,74

Tabel 79 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (49,48%) tidak menggunakan bentuk *upgrade* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *upgrade* dan *peningkatan mutu*, para pembina bahasa Indonesia tidak perlu lagi melakukan pemasyarakatan bentuk *peningkatan mutu* karena bentuk tersebut telah berterima di masyarakat.

### 3.2.26 Penggunaan Bentuk *Homepage* dan *Laman*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *homepage* dan *laman*, dari 97 responden, 89 responden (91,75%) menggunakan bentuk *homepage*, sedangkan 8 responden (8,25%) menggunakan bentuk *laman*. Dari temuan itu ditemukan bahwa pemakai bahasa banyak menggunakan bentuk asing dibandingkan menggunakan padanan katanya dalam bahasa Indonesia, yaitu *laman*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 80 berikut.

**Tabel 80**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Homepage dan Laman*

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Homepage	89	91,75
Laman	8	8,25
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *homepage* dan *laman*. Dari 89 responden yang memilih bentuk *homepage*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 36 (37,11%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 34 (35,05%), mengetahui arti berjumlah 8 (8,25%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, serta mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak menggunakan bentuk *homepage* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 8 responden yang memilih bentuk *laman*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 3 (3,10%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 3 (3,10%), mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *laman* terutama karena kebiasaan serta sering melihat/mendengarkan bentuk tersebut. Hal itu dapat dilihat pada tabel 81 berikut.

**Tabel 81**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Homepage dan Laman**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Homepage		Laman	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	36	37,11	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	34	35,05	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	8	8,25	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	89	91,74	8	8,26

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *homepage* dan *laman*. Dari 8 responden yang tidak memilih bentuk *homepage*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 3 (3,10%), merasa asing berjumlah 2 (2,06%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 1 (1,03%). Temuan ini menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *homepage* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 89 responden yang tidak memilih bentuk *laman*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 32 (32,99%), merasa asing 22 (22,68%), tidak mengetahui arti berjumlah 23 (23,71%), tidak terbiasa menggunakan, merasa asing, serta tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 6 (6,19%), tidak terbiasa menggunakan dan tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan ini menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *laman* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 82 berikut.

**Tabel 82**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Homepage* dan *Laman***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Homepage		Laman	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	3	3,10	32	32,99
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	2	2,06	22	22,68
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	2	2,06	23	23,71

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	6	6,19
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<b>JUMLAH</b>	8	8,25	89	91,75

Tabel 82 menunjukkan bahwa 32,99 % tidak memilih menggunakan bentuk *laman* karena tidak terbiasa. Bahkan ada 22,68 % merasa asing dengan bentuk tersebut dan 23,71 % tidak mengetahui arti bentuk *laman*. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *homepage* dan *laman*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *laman*.

### 3.2.27 Penggunaan Bentuk *E-mail* dan Pos Elektronik

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *e-mail* dan *pos elektronik*, dari 97 responden, 89 responden (91,75%) menggunakan bentuk *e-mail*, sedangkan 8 responden (8,25%) menggunakan bentuk *pos elektronik*. Temuan itu menggambarkan bahwa dari sepasang padanan bentuk ungkapan asing-Indonesia itu pemakai bahasa banyak menggunakan bentuk *e-mail*

daripada bentuk *pos elektronik*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 83 berikut.

**Tabel 83**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***E-mail dan Pos Elektronik***

<b>PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>%</b>
E-Mail	89	91,75
Pos Elektronik	8	8,25
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *e-mail* dan *pos elektronik*. Dari 89 responden yang memilih bentuk *e-mail*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 45 (46,39%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 23 (23,71%), mengetahui arti berjumlah 15 (15,46%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, serta mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *e-mail* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 8 responden yang memilih bentuk *pos elektronik*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 3 (3,10%), mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *pos elektronik* terutama karena kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 84 berikut.

**Tabel 84**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*E-mail dan Pos Elektronik*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	E-Mail		Pos Elektronik	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	45	46,39	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	23	23,71	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	15	15,46	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	89	91,74	8	8,26

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *e-mail* dan *pos elektronik*. Dari 8 responden yang tidak memilih bentuk *e-mail*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 3 (3,10%), merasa asing berjumlah 2 (2,06%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 2 (2,06%), merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *e-mail* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 89 responden yang tidak memilih bentuk *pos elektronik*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 57 (58,76%), merasa asing berjumlah 20 (20,62%), tidak mengetahui arti berjumlah 7 (7,22%), tidak terbiasa menggunakan, merasa asing, serta tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 4 (4,12%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *pos elektronik* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 85 berikut.

**Tabel 85**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***E-mail* dan *Pos Elektronik***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	E-Mail		Pos Elektronik	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	3	3,10	57	58,76
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	2	2,06	20	20,62
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	7	7,22

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	8	8,25	89	91,75

Tabel 85 menunjukkan bahwa ada 58,76% responden yang tidak memilih bentuk *pos elektronik*. Bahkan ada 20,62% responden yang merasa asing dengan bentuk tersebut. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *e-mail* dan *pos elektronik*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *pos elektronik*.

### 3.2.28 Penggunaan Bentuk *Install* dan *Pasang*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *install* dan *pasang*, dari 97 responden, 66 responden (68,04%) menggunakan bentuk *install*, sedangkan 31 responden (31,96%) menggunakan bentuk *pasang*. Temuan ini menggambarkan bahwa banyak responden yang memilih menggunakan bentuk *install* daripada bentuk *pasang*. Hal itu terlihat pada tabel 86 berikut.

**Tabel 86**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Install dan Pasang*

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Install	66	68,04
Pasang	31	31,96
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *install* dan *pasang*. Dari 66 responden yang memilih bentuk *install*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 40 (41,24%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 14 (14,43%), mengetahui arti berjumlah 7 (7,22%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, serta mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan, sering melihat dan mendengarkan berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *install* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 31 responden yang memilih bentuk *pasang*, yang memilih karena kebiasaan berjumlah 15 (15,46%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 11 (11,34%), mengetahui arti/makna berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan dan mengetahui arti/makna berjumlah 1 (1,03%), sedangkan yang memilih bentuk tersebut karena sering melihat dan mendengarkan serta mengetahui arti/makna berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *pasang* terutama karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut. Hal ini tampak pada tabel 87 berikut ini.

**Tabel 87**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Install dan Pasang*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING-INDONESIA			
	Install		Pasang	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	40	41,24	15	15,46
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	14	14,43	11	11,34
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	7	7,22	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<b>JUMLAH</b>	66	68,05	31	31,96

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *install* dan *pasang*. Dari 31 responden yang tidak memilih menggunakan bentuk *install*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa berjumlah 23 (23,71%), merasa asing berjumlah 6 (6,19%), tidak mengetahui arti/makna berjumlah 1 (1,03%), merasa asing dan tidak mengetahui arti/makna berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *install* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 66 responden yang tidak memilih menggunakan bentuk *pasang*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa berjumlah 52 responden (53,61%), merasa asing berjumlah 9 (9,28%), tidak mengetahui arti/makna berjumlah 3 (3,10%), tidak terbiasa, merasa asing, dan tidak mengetahui arti/makna berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *pasang* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal ini tampak pada tabel 88 berikut ini.

**Tabel 88**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Install* dan *Pasang***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Install		Pasang	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	23	23,71	52	53,61
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	6	6,19	9	9,28
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	1	1,03	3	3,10

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	31	31,96	66	68,05

Tabel 88 menunjukkan bahwa sebagian responden (53,61%) tidak menggunakan bentuk *pasang* dalam istilah komputer karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *install* dan *pasang*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *pasang*.

### 3.2.29 Penggunaan Bentuk *Laptop Computer* dan *Komputer Jinjing*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *laptop computer* dan *komputer jinjing*, dari 97 responden, 83 responden (85,57%) menggunakan bentuk *laptop computer*, sedangkan 14 responden (14,49%) menggunakan bentuk *komputer jinjing*. Temuan itu menggambarkan bahwa responden banyak yang memilih menggunakan bentuk *laptop computer* yang sebenarnya merupakan ungkapan asing daripada menggunakan padanannya

dalam bahasa Indonesia, yaitu *komputer jinjing*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 89 berikut.

**Tabel 89**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Laptop Computer dan Komputer Jinjing***

<b>PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>%</b>
Laptop Computer	83	85,57
Komputer Jinjing	14	14,43
<b>JUMLAH</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *laptop computer* dan *komputer jinjing*. Dari 83 responden yang memilih bentuk *laptop computer*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 49 (50,52%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 22 (22,68%), mengetahui arti berjumlah 7 (7,22%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, serta mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *laptop computer* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 14 responden yang memilih bentuk *komputer jinjing*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 10 (10,31%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 3 (3,10%), mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *komputer jinjing* terutama karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 90 berikut.

**Tabel 90**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Laptop Computer dan Komputer Jinjing*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Laptop Computer		Komputer Jinjing	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	49	50,52	10	10,30
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	22	22,68	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	7	7,22	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	83	85,57	14	14,43

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *laptop computer* dan *komputer jinjing*. Dari 14 responden yang tidak memilih bentuk *laptop computer*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 13 (13,40%), merasa asing berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *laptop computer* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 83 responden yang tidak memilih bentuk *komputer jinjing*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 61 (62,89%), merasa asing berjumlah 15 (15,46%), tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 2 (2,06%), tidak terbiasa menggunakan dan tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *komputer jinjing* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 91 berikut.

**Tabel 91**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Laptop Computer* dan *Komputer Jinjing***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Laptop Computer		Komputer Jinjing	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	13	13,40	61	62,89
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	1	1,03	15	15,46
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	3	3,10

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	14	14,43	83	85,57

Tabel 91 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (62,89%) tidak memilih bentuk *komputer jinjing* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *laptop computer* dan *komputer jinjing*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *komputer jinjing*.

### 3.2.30 Penggunaan Bentuk *Fulltime* dan *Purnawaktu*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *fulltime* dan *purnawaktu*, dari 97 responden, 93 responden (95,88%) menggunakan bentuk *fulltime*, sedangkan 4 responden (4,12%) menggunakan bentuk *purnawaktu*. Temuan itu menggambarkan bahwa sebagian besar responden menggunakan bentuk *fulltime* yang merupakan bentuk asing dibandingkan menggunakan padanannya dalam bahasa Indonesia yaitu *purnawaktu*. Hal itu tampak pada tabel 92 berikut ini.

**Tabel 92**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Fulltime dan Purnawaktu*

<b>PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>%</b>
Fulltime	93	95,88
Purnawaktu	4	4,12
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut ini adalah alasan responden memilih bentuk *fulltime* dan *purnawaktu*. Dari 93 responden yang memilih bentuk *fulltime*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 53 (54,64%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 16 (16,49%), mengetahui arti berjumlah 13 (13,40%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan, sering melihat dan mendengarkan berjumlah 2 (2,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 5 (5,15%), sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *fulltime* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 4 responden yang memilih bentuk *purnawaktu*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 1 (1,03%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 2 (2,06%), mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *purnawaktu* terutama karena mengetahui arti bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 93 berikut.

**Tabel 93**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Fulltime dan Purnawaktu*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Fulltime		Purnawaktu	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	53	54,64	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	16	16,49	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	13	13,40	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	93	95,87	4	4,12

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *fulltime* dan *puernawaktu*. Dari 4 responden yang tidak memilih bentuk *fulltime*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 4 (4,12%). Temuan ini menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *fulltime* karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 93 responden yang tidak memilih bentuk *puernawaktu*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 60 (61,86%), merasa asing berjumlah 18 (18,56%), tidak mengetahui arti berjumlah 12 (12,37%), tidak terbiasa menggunakan, merasa asing, dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa menggunakan dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *puernawaktu* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 94 berikut.

**Tabel 94**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
*Fulltime dan Purnawaktu*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Fulltime		Purnawaktu	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	4	4,12	60	61,86
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	0	0	18	18,56
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	0	0	12	12,37

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	4	4,12	93	95,88

Tabel 94 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (61,86%) tidak memilih bentuk *purnawaktu* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *fulltime* dan *purnawaktu*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pema-syarakatan bentuk *purnawaktu*.

### 3.2.31 Penggunaan Bentuk *Boarding Pass* dan *Pas Naik*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *boarding pass* dan *pas naik*, dari 97 responden, 69 responden (71,13%) menggunakan bentuk *boarding pass*, sedangkan 28 responden (28,87%) menggunakan bentuk *pas naik*. Temuan itu menggambarkan bahwa responden banyak yang menggunakan bentuk *boarding pass* yang merupakan ungkapan asing dibandingkan menggunakan ungkapan *pas naik* yang merupakan ungkapan Indonesia. Hal itu terlihat pada tabel 95 berikut.

**Tabel 95**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Boarding Pass* dan *Pas Naik***

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Boarding Pass	69	71,13
Pas Naik	28	28,87
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *boarding pass* dan *pas naik*. Dari 69 responden yang memilih bentuk *boarding pass*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 35 (36,08%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 18 (18,56%), mengetahui arti berjumlah 6 (6,19%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan, sering melihat dan mendengarkan berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *boarding pass* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 28 responden yang memilih bentuk *pas naik*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 13 (13,40%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 10 (10,31%), mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *pas naik* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 96 berikut.

**Tabel 96**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
**Boarding Pass dan Pas Naik**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Boarding Pass		Pas Naik	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	35	36,08	13	13,40
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	18	18,56	10	10,31
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	6	6,19	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<b>JUMLAH</b>	69	71,14	28	28,86

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *boarding pass* dan *pas naik*. Dari 28 responden yang tidak memilih bentuk *boarding pass*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 15 (15,46%), merasa asing berjumlah 10 (10,31%), tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *boarding pass* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 69 responden yang tidak memilih bentuk *pas naik*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 55 (56,70%), merasa asing berjumlah 9 (9,28%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), tidak terbiasa menggunakan, merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa menggunakan dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *pas naik* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada Tabel 97 berikut.

**Tabel 97**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Boarding Pass* dan *Pas Naik***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Boarding Pass		Pas Naik	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut	15	15,46	55	56,70
• Merasa asing dengan bentuk tersebut	10	10,31	9	9,28
• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut	3	3,10	2	2,06

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	28	28,87	69	71,13

Tabel 97 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (56,70%) tidak memilih bentuk *pas naik* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *boarding pass* dan *pas naik*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pema-syarakatan bentuk *pas naik*.

### 3.2.32 Penggunaan Bentuk *Bypass* dan *Jalan Bentar*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *bypass* dan *jalan bentar*, 97 responden (100%) menggunakan bentuk *bypass*. Dari temuan itu dapat dikemukakan bahwa responden lebih memilih menggunakan bentuk *bypass* daripada menggunakan bentuk *jalan bentar*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 98 berikut.

**Tabel 98**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Bypass dan Jalan Bentar*

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Bypass	97	100
Jalan Bentar	0	0
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *bypass* daripada menggunakan bentuk *jalan bentar*. Dari 97 responden yang memilih bentuk *bypass*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 66 (68,04%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 12 (12,37%), mengetahui arti berjumlah 9 (9,28%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan, sering melihat dan mendengarkan berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *bypass* terutama karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 99 berikut.

**Tabel 99**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Bypass dan Jalan Bentar*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING-INDONESIA			
	Bypass		Jalan Bentar	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	66	68,04	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	12	12,37	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	9	9,28	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	97	100	0	0

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *jalan bentar*. Dari 97 responden yang tidak memilih bentuk *jalan bentar*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 42 (43,30%), merasa asing berjumlah 39 (40,21%), tidak mengetahui arti berjumlah 11 (11,34%), tidak terbiasa menggunakan, merasa asing, serta tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 3 (3,10%), tidak terbiasa menggunakan dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *jalan bentar*

terutama karena tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing dengan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 100 berikut.

**Tabel 100**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
*Bypass dan Jalan Bentar*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Bypass		Jalan Bentar	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	42	43,30
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	39	40,21
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	11	11,34
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	0	0	97	100

Tabel 98 menunjukkan bahwa tak ada satu responden pun yang memilih bentuk *jalan bentar*. Tabel 100 menunjukkan ada 43,30% responden tidak memilih bentuk *jalan bentar* karena tidak terbiasa. Bahkan 40,21% tidak memilih bentuk tersebut karena merasa asing. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *bypass* dan *jalan bentar*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *jalan bentar*.

### 3.2.33 Penggunaan Bentuk *Check in* dan *Lapor Masuk*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap bentuk *check in* dan *lapor masuk*, dari 97 responden, 90 responden (92,78%) yang menggunakan bentuk *check in*, sedangkan 7 responden (7,22%) menggunakan bentuk *lapor masuk*. Temuan itu menggambarkan bahwa responden banyak yang menggunakan bentuk *check in* yang merupakan ungkapan asing dibandingkan menggunakan bentuk *lapor masuk* yang merupakan ungkapan Indonesia. Hal itu tampak pada tabel 101 berikut.

**Tabel 101**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Check-In* dan *Lapor Masuk***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Check in	90	92,78
Lapor Masuk	7	7,22
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *check in* dan *lapor masuk*. Dari 90 responden yang memilih bentuk *check in*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 55 (56,70%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 15 (15,46%), mengetahui arti berjumlah 13 (13,40%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, serta mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti 1 (1,03%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *check in* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 7 responden yang memilih bentuk *lapor masuk*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 3 (3,10%), mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *lapor masuk* terutama karena kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 102 berikut.

**Tabel 102**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Check-In dan Laporan Masuk***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Check in		Lapor Masuk	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	55	56,70	3	3,10
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	15	15,46	0	0
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	13	13,40	3	3,10

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<b>JUMLAH</b>	90	92,77	7	7,23

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *check in* dan *lapor masuk*. Dari 7 responden yang tidak memilih bentuk *check in*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 2 (2,06%), merasa asing berjumlah 3 (3,10%), tidak mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *check in* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 90 responden yang tidak memilih bentuk *lapor masuk*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 68 (70,10%), merasa asing berjumlah 16 (16,49%), tidak mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih mengguna-

kan bentuk *lapor masuk* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 103 berikut.

**Tabel 103**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
**Check-In dan Laporan Masuk**

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Check in		Lapor Masuk	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	68	70,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	16	16,49
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	7	7,22	90	92,77

Tabel 103 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (70,10%) tidak menggunakan bentuk *lapor masuk* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *check in* dan *lapor masuk*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *lapor masuk*.

### 3.2.34 Penggunaan Bentuk *Bulletin* dan *Berita Kilat*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *bulletin* dan *berita kilat*. Dari 97 responden, 92 responden (94,85%) menggunakan bentuk *bulletin*, sedangkan 5 responden (5,15%) menggunakan bentuk *berita kilat*. Temuan itu menggambarkan bahwa banyak responden yang menggunakan bentuk *bulletin* yang merupakan ungkapan asing dibandingkan menggunakan padanannya dalam bahasa Indonesia, yaitu *berita kilat*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 104 berikut.

**Tabel 104**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Bulletin* dan *Berita Kilat***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Bulletin	92	94,85
Berita Kilat	5	5,15
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *bulletin* dan *berita kilat*. Dari 92 responden yang memilih bentuk *bulletin*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 49 (50,52%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 21 (21,65%), mengetahui arti berjumlah 13 (13,40%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, serta mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan dan sering melihat/mendengarkan berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *bulletin* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 5 responden yang memilih bentuk *berita kilat*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 2 (2,06%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 1 (1,03%), mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *berita kilat* terutama karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 105 berikut.

**Tabel 105**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Bulletin* dan *Berita Kilat***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Bulletin		Berita Kilat	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	49	50,52	2	2,06
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	21	21,6	1	1,03
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	13	13,40	1	1,03

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	92	94,87	5	5,15

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *bulletin* dan *berita kilat*. Dari 5 responden yang tidak memilih bentuk *bulletin*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 3 (3,10%), merasa asing berjumlah 1 (1,03%), tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *bulletin* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 92 responden yang tidak memilih bentuk *berita kilat*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 63 (64,95%), merasa asing berjumlah 18 (18,56%), tidak mengetahui arti berjumlah 7 (7,21%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 3 (3,10%), tidak terbiasa menggunakan dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak

memilih menggunakan bentuk *berita kilat* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 106 berikut.

**Tabel 106**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Bulletin dan Berita Kilat***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Bulletin		Berita Kilat	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	63	64,95
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	18	18,56
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	7	7,22
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	5	5,16	92	94,86

Tabel 106 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (64,95%) tidak memilih bentuk *berita kilat* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *bulletin* dan *berita kilat*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *berita kilat*.

### 3.2.35 Penggunaan Bentuk *Editorial* dan *Tajuk Rencana*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *editorial* dan *tajuk rencana*, dari 97 responden, 60 responden (61,86%) menggunakan bentuk *editorial*, sedangkan 37 responden (38,14%) menggunakan bentuk *tajuk rencana*. Temuan itu menggambarkan bahwa responden banyak yang menggunakan bentuk ungkapan asing *editorial*, dibandingkan menggunakan bentuk ungkapan Indonesia, *tajuk rencana*. Hal itu tampak pada tabel 107 berikut.

**Tabel 107**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Editorial dan Tajuk Rencana*

<b>PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>%</b>
Editorial	60	61,86
Tajuk Rencana	37	38,14
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *editorial* dan *tajuk rencana*. Dari 60 responden yang memilih bentuk *editorial*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 34 (35,05%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 15 (15,46%), mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan serta sering melihat dan mendengarkan 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti 2 (2,06%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *editorial* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 37 responden yang memilih bentuk *tajuk rencana*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 21 (21,65%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 14 (14,43%), mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *tajuk rencana* terutama karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 108 berikut.

**Tabel 108**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Editorial dan Tajuk Rencana*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Editorial		Tajuk Rencana	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	34	35,05	21	21,65
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	15	15,46	14	14,43
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	4	4,12	2	2,06

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<b>JUMLAH</b>	60	61,85	37	38,14

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *editorial* dan *tajuk rencana*. Dari 37 responden yang tidak memilih bentuk *editorial*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 24 (24,74%), merasa asing berjumlah 6 (6,19%), tidak mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *editorial* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 60 responden yang tidak memilih bentuk *tajuk rencana*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 45 (46,39%), merasa asing berjumlah 9 (9,28%), tidak mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 2 (2,06%). Temuan

ini menggambarkan bahwa responden tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 109 berikut.

**Tabel 109**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
*Editorial dan Tajuk Rencana*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Editorial		Tajuk Rencana	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	24	24,74	45	46,39
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	6	6,19	9	9,28
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<b>JUMLAH</b>	37	38,15	60	61,85

Tabel 109 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (46,39%) tidak memilih bentuk *tajuk rencana* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *editorial* dan *tajuk rencana*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *tajuk rencana*.

### 3.2.36 Penggunaan Bentuk *Headline* dan *Tajuk Berita*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *headline* dan *tajuk berita*, dari 97 responden, 79 responden (81,44%) menggunakan bentuk *headline*, sedangkan 18 responden (18,56%) menggunakan bentuk *tajuk berita*. Temuan itu menggambarkan bahwa responden banyak yang menggunakan bentuk *headline* yang merupakan bentuk ungkapan asing dibandingkan menggunakan padanannya dalam bahasa Indonesia, yaitu *tajuk berita*. Hal itu terlihat pada tabel 110 berikut.

**Tabel 110**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Headline* dan *Tajuk Berita***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Headline	79	81,44
Tajuk Berita	18	18,56
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *headline* dan *tajuk berita*. Dari 79 responden yang memilih bentuk *headline*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 36 (37,11%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 21 (21,65%), mengetahui arti berjumlah 9 (9,28%), kebiasaan menggunakan sering melihat/mendengarkan, serta mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan, sering melihat dan mendengarkan berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 6 (6,19%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *headline* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 18 responden yang memilih bentuk *tajuk berita*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 8 (8,25%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 7 (7,22%), mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *tajuk berita* terutama karena kebiasaan menggunakan serta sering melihat dan mendengarkan. Hal itu tampak pada tabel 111 berikut.

**Tabel 111**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Headline* dan *Tajuk Berita***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Headline		Tajuk Berita	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	36	37,11	8	8,25
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	21	21,65	7	7,22
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	9	9,28	2	2,06

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	6	6,19	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<b>JUMLAH</b>	79	81,45	18	18,56

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *headline* dan *tajuk berita*. Dari 18 responden yang tidak memilih bentuk *headline*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 12 (12,37%), merasa asing berjumlah 3 (3,10%), tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa menggunakan dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *headline* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 79 responden yang tidak memilih bentuk *tajuk berita*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 55 (56,70%), merasa asing berjumlah 15 (15,46%), tidak mengetahui arti berjumlah 8 (8,25%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 1 (1,03%). Temuan

itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *tajuk berita* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 112 berikut.

**Tabel 112**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Headline* dan *Tajuk Berita***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Headline		Tajuk Berita	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	12	12,37	55	56,70
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	15	15,46
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	8	8,25
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	18	18,56	79	81,44

Tabel 112 menunjukkan sebagian besar responden (56,70%) tidak memilih bentuk *tajuk berita* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *headline* dan *tajuk berita*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *tajuk berita*.

### 3.2.37 Penggunaan Bentuk *Hand-phone* dan *Telepon Genggam*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *hand-phone* dan *telepon genggam*. Dari 97 responden, 92 responden (94,85%) menggunakan bentuk *hand-phone*, sedangkan 5 responden (5,15 %) menggunakan bentuk *telepon genggam*. Temuan itu menggambarkan bahwa sebagian besar responden menggunakan bentuk *hand-phone* yang merupakan ungkapan asing dibandingkan menggunakan bentuk *telepon genggam* yang merupakan bentuk ungkapan Indonesia. Hal itu dapat dilihat pada tabel 113 berikut.

**Tabel 113**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
*Hand-phone* dan *Telepon Genggam*

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Hand-phone	92	94,85
Telepon Genggam	5	5,15
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *hand-phone* dan *telepon genggam*. Dari 92 responden yang memilih bentuk *hand-phone*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 60 (61,85%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 5 (5,15%), mengetahui arti berjumlah 13 (13,40%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, serta mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan berjumlah 3 (3,10%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 6 (6,19%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *hand-phone* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 5 responden yang memilih bentuk *telepon genggam*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 3 (3,10%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *telepon genggam* terutama karena kebiasaan menggunakan serta melihat/mendengarkan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 114 berikut.

**Tabel 114**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Hand-phone* dan *Telepon Genggam***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Hand-phone		Telepon Genggam	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	60	61,85	3	3,10
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	5	5,15	2	2,06
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	13	13,40	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	3	3,10	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	6	6,19	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<b>JUMLAH</b>	92	94,84	5	5,16

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih bentuk *hand-phone* dan *telepon genggam*. Dari 5 responden yang tidak memilih bentuk *hand-phone*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 5 (5,15%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *hand-phone* karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 92 responden yang tidak memilih bentuk *telepon genggam*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 75 (77,32%), merasa asing berjumlah 6 (6,19%), tidak mengetahui arti berjumlah 9 (9,28%), tidak terbiasa menggunakan, merasa asing serta tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), merasa asing dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *telepon genggam* terutama karena

tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 115 berikut.

**Tabel 115**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
*Hand-phone dan Telepon Genggam*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Hand-phone		Telepon Genggam	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	75	77,32
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	6	6,19
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	9	9,28
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<b>JUMLAH</b>	5	5,15	92	94,85

Tabel 115 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (77,32%) tidak memilih bentuk *telepon genggam* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *hand-phone* dan *telepon genggam*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *telepon genggam*.

### 3.2.38 Penggunaan Bentuk *Deadline* dan *Tenggat*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *deadline* dan *tenggat*, dari 97 responden, 88 responden (90,72%) menggunakan bentuk *deadline*, sedangkan 9 responden (9,28%) responden menggunakan bentuk *tenggat*. Temuan itu menggambarkan bahwa dari sepasang padanan kata dan ungkapan asing-Indonesia itu masyarakat pemakai bahasa banyak menggunakan bentuk *deadline* yang merupakan ungkapan asing dibandingkan menggunakan bentuk ungkapan *tenggat* yang merupakan bentuk ungkapan Indonesia. Hal itu dapat dilihat pada tabel 116 berikut.

**Tabel 116**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Deadline* dan *Tenggat***

PADANAN KATA DAN UNGGAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Deadline	88	90,72
Tenggat	9	9,28
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *deadline* dan *tenggat*. Dari 88 responden yang memilih menggunakan bentuk *deadline*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 44 (45,36%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 21 (21,65%), mengetahui arti berjumlah 9 (9,28%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan, sering melihat dan mendengarkan berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 6 (6,19%), sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *deadline* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 9 responden yang memilih bentuk *tenggat*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 5 (5,15%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 3 (3,10%), mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *tenggat* terutama karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 117 berikut.

**Tabel 117**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
*Deadline dan Tenggat*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Deadline		Tenggat	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	44	45,36	5	5,15
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	21	21,65	3	3,10
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	9	9,28	1	1,03

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	6	6,19	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<b>JUMLAH</b>	88	90,72	9	9,28

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *deadline* dan *tenggat*. Dari 9 responden yang tidak memilih bentuk *deadline*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 6 (6,19%), merasa asing berjumlah 1 (1,03%), tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa menggunakan dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *deadline* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 88 responden yang tidak memilih menggunakan bentuk *tenggat*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 51 (52,58%), merasa asing berjumlah 16 (16,49%), tidak mengetahui arti berjumlah 17 (17,52%), tidak terbiasa menggunakan, merasa asing, dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa

asing berjumlah 3 (3,19%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *tenggat* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 118 berikut.

**Tabel 118**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Deadline* dan *Tenggat***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Deadline		Tenggat	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	6	6,19	51	52,58
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	16	16,49
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	17	17,52
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	1	1,03
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	9	9,28	88	90,72

Tabel 118 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (52,58%) tidak memilih bentuk *tenggat* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu terhadap padanan bentuk *deadline* dan *tenggat*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *tenggat*.

### 3.2.39 Penggunaan Bentuk *Dubbing* dan *Sulih Suara*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *dubbing* dan *sulih suara*. Dari 97 responden, 76 responden (78,35%) menggunakan bentuk *dubbing*, sedangkan 21 responden (21,65%) menggunakan bentuk *sulih suara*. Temuan itu menggambarkan bahwa lebih banyak responden menggunakan bentuk *dubbing* yang merupakan bentuk ungkapan asing dibandingkan menggunakan bentuk *sulih suara* yang merupakan bentuk ungkapan Indonesia. Hal itu tampak pada Tabel 119 berikut.

**Tabel 119**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Dubbing* dan *Sulih Suara***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Dubbing	76	78,35
Sulih Suara	21	21,65
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *dubbing* dan *sulih suara*. Dari 76 responden yang memilih bentuk *dubbing*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 34 (35,05%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 23 (23,71%), mengetahui arti berjumlah 8 (8,25%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 6 (6,19%), sering melihat/mendengarkan, dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *dubbing* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 21 responden yang memilih bentuk *sulih suara*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 12 (12,37%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 6 (6,19%), mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), sering melihat/mendengarkan dan mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *sulih suara* terutama karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 120 berikut.

**Tabel 120**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Dubbing dan Sulih Suara***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Dubbing		Sulih Suara	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	34	35,05	12	12,37
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	23	23,71	6	6,19
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	8	8,25	2	2,06

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	6	6,19	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	1	1,03
<b>JUMLAH</b>	76	78,35	21	21,65

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *dubbing* dan *sulih suara*. Dari 21 responden yang tidak memilih menggunakan bentuk *dubbing*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 11 (11,34%), merasa asing berjumlah 4 (4,12%), tidak mengetahui arti berjumlah 5 (5,15%), tidak terbiasa menggunakan dan tidak mengetahui arti berjumlah 1(1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *dubbing* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 76 responden yang tidak memilih bentuk *sulih suara*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 44 (45,36%), merasa asing berjumlah 19 (19,59%), tidak mengetahui arti berjumlah 8 (8,25%), tidak terbiasa menggunakan, merasa asing, serta tidak mengetahui arti berjumlah

2 (2,06%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 3 (3,10%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *sulih suara* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 121 berikut.

**Tabel 121**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
*Dubbing dan Sulih Suara*

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Dubbing		Sulih Suara	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	11	11,34	44	45,36
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	19	19,59
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	5	5,15	8	8,25
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	21	21,64	76	78,36

Tabel 121 menunjukkan bahwa sebagian responden (45,36%) tidak memilih bentuk *sulih suara* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *dubbing* dan *sulih suara*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pema-sarakatan bentuk *sulih suara*.

### 3.2.40 Penggunaan Bentuk *Channel* dan *Saluran*

Beraskan hasil penelitian terhadap penggunaan bentuk *channel* dan *saluran*. Dari 97 responden, 78 responden (80,41%) menggunakan bentuk *channel*, sedangkan 19 responden (19,59%) menggunakan bentuk *saluran*. Temuan itu menggambarkan bahwa responden banyak menggunakan bentuk *channel* yang merupakan bentuk asing dibandingkan menggunakan padanan katanya dalam bahasa Indonesia, yaitu bentuk *saluran*. Hal itu dapat dilihat pada tabel 122 berikut.

**Tabel 122**  
**Penggunaan Kata atau Ungkapan**  
***Channel* dan *Saluran***

PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING - INDONESIA	JUMLAH	%
Channel	78	80,41
Saluran	19	19,59
<b>JUMLAH</b>	97	100

Pernyataan berikut adalah alasan responden memilih menggunakan bentuk *channel* dan *saluran*. Dari 78 responden yang memilih bentuk *channel*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 45 (48,45%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 8 (8,25%), mengetahui arti berjumlah 11 (11,34%), kebiasaan menggunakan, sering melihat/mendengarkan, serta mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), kebiasaan menggunakan, sering melihat dan mendengarkan berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 6 (6,19%). Temuan ini menggambarkan bahwa responden lebih banyak memilih menggunakan bentuk *channel* karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 19 responden yang memilih bentuk *saluran*, yang memilih karena kebiasaan menggunakan berjumlah 7 (7,22%), sering melihat dan mendengarkan berjumlah 5 (5,15%), mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%), kebiasaan menggunakan dan mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%), sering melihat/mendengarkan serta mengetahui arti berjumlah 2 (2,06%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden memilih menggunakan bentuk *saluran* terutama karena kebiasaan menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 123 berikut.

**Tabel 123**  
**Alasan Memilih Bentuk Padanan**  
***Channel* dan *Saluran***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Channel		Saluran	
	Jumlah	%	Jumlah	%
• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut	47	48,45	7	7,22
• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut	8	8,25	5	5,15
• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut	11	11,34	2	2,06

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> </ul>	2	2,06	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebiasaan menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	6	6,19	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering melihat/mendengar bentuk tersebut</li> <li>• Mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	2	2,06
<b>JUMLAH</b>	78	80,41	19	19,59

Pernyataan berikut adalah alasan responden tidak memilih menggunakan bentuk *channel* dan *saluran*. Dari 19 responden yang tidak memilih bentuk *channel*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 13 (13,40%), merasa asing berjumlah 4 (4,12%), tidak terbiasa menggunakan dan merasa asing berjumlah 1 (1,03%), tidak terbiasa menggunakan dan tidak mengetahui arti berjumlah 1 (1,03%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih menggunakan bentuk *channel* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut.

Sementara itu, dari 78 responden yang tidak memilih bentuk *saluran*, yang tidak memilih karena tidak terbiasa menggunakan berjumlah 61 (62,89%), merasa asing berjumlah 10 (10,31%), tidak mengetahui arti berjumlah 4 (4,12%), tidak terbiasa menggunakan, merasa asing, tidak mengetahui arti berjumlah 3 (3,10%). Temuan itu menggambarkan bahwa responden tidak memilih meng-

gunakan bentuk *saluran* terutama karena tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut. Hal itu tampak pada tabel 124 berikut.

**Tabel 124**  
**Alasan Tidak Memilih Bentuk Padanan**  
***Channel* dan *Saluran***

ALASAN	PADANAN KATA DAN UNGKAPAN ASING-INDONESIA			
	Channel		Saluran	
	Jumlah	%	Jumlah	%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> </ul>	13	13,40	61	62,89
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	4	4,12	10	10,31
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	4	4,12
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	3	3,10
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> </ul>	1	1,03	0	0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	1	1	0	0

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa asing dengan bentuk tersebut</li> <li>• Tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut</li> </ul>	0	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	19	19,59	78	80,41

Tabel 124 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (62,89%) tidak memilih bentuk *saluran* karena tidak terbiasa. Oleh karena itu, terhadap padanan bentuk *channel* dan *saluran*, para pembina bahasa Indonesia masih perlu melakukan pemasyarakatan bentuk *saluran*.

### 3.2.41 Bentuk Lain yang Banyak Digunakan Responden

Selain bentuk-bentuk yang dianalisis di atas, ada beberapa bentuk yang masih banyak dipilih oleh responden. Bentuk-bentuk tersebut adalah sebagai berikut.

- |                    |                     |
|--------------------|---------------------|
| 1. interview       | 15. job             |
| 2. softdrink       | 16. playgroup       |
| 3. lipstick        | 17. camping         |
| 4. magicjar        | 18. air port        |
| 5. meeting         | 19. service         |
| 6. spring bed      | 20. suprise         |
| 7. rice cooker     | 21. illegal logging |
| 8. mixer           | 22. escalator       |
| 9. hanger          | 23. supermarket     |
| 10. over dosis     | 24. over acting     |
| 11. charge         | 25. sweater         |
| 12. check up       |                     |
| 13. vacuum cleaner |                     |
| 14. eksodus        |                     |

Daftar kata-kata di atas menunjukkan bahwa bentuk-bentuk yang digunakan adalah bentuk-bentuk asing yang belum diindonesiakan. Artinya masih banyak responden yang belum mengetahui atau belum terbiasa menggunakan bentuk pengindonesiaan dari bentuk-bentuk asing tersebut.

# BAB IV

## PENUTUP

### 4.1 Simpulan

Berdasarkan analisis yang diuraikan pada bab III dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

- Pada umumnya masyarakat Kota Kendari masih banyak memilih menggunakan bentuk asing yang sebenarnya telah memiliki padanan dalam bahasa Indonesia. Alasan yang paling dominan adalah karena mereka telah terbiasa menggunakan bentuk asing tersebut dan tidak terbiasa menggunakan bentuk pengindonesiaannya. Bahkan ada beberapa bentuk pengindonesiaan yang justru terasa asing bagi mereka.
- Dari empat puluh padanan bentuk asing dan bentuk pengindonesiaan yang disajikan hanya ada satu bentuk pengindonesiaan yang umumnya sudah digunakan secara tepat, yaitu padanan bentuk *upgrade* dan *peningkatan mutu*.
- Dari empat puluh padanan bentuk asing dan bentuk pengindonesiaan yang disajikan terdapat satu bentuk pengindonesiaan yang sama sekali tidak ada pemilihnya, yaitu *jalan bentar*. Alasan responden adalah mereka tidak terbiasa dan ada yang merasa asing.
- Hasil analisis menunjukkan bahwa para pembina bahasa Indonesia, khususnya Pusat Bahasa dan Kantor Bahasa Provinsi Sulawesi Tenggara perlu, melakukan pemasyarakatan bentuk-bentuk pengindonesiaan yang telah ditawarkan oleh Pusat Bahasa, baik melalui penyuluhan maupun dalam bentuk pengedaran buklet atau lembar komunikasi.

## 4.2 Saran

Hasil penelitian ini harap ditindaklanjuti oleh Pusat Bahasa, khususnya Kantor Bahasa Provinsi Sulawesi Tenggara. Sangat disayangkan apabila kerja keras para pembina bahasa dalam menemukan padanan bentuk-bentuk asing hanya sebatas tulisan-tulisan di atas kertas yang tidak diterapkan dalam masyarakat. Apabila masyarakat sering mendengar atau melihat secara otomatis mereka akan terbiasa menggunakan bentuk-bentuk yang telah diindonesiakan. Tidak seperti kondisi sekarang ini, mereka justru merasa asing dengan bentuk-bentuk tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Effendi, S. 2002. *Pedoman Penyusunan Laporan Penelitian*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Gunarwan, Asim. 2002. *Pedoman Penelitian Pemakaian Bahasa*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Halim, Amran. 1979. *Pembinaan Bahasa Nasional*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Moeliono, Anton M. 1981. *Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Ancangan Alternatif dalam Perencanaan Bahasa*. Jakarta: Djambatan.
- Panitia Pengembangan Bahasa Indonesia. 2004. *Pedoman Umum Pembentukan Istilah*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Pamungkas. 1972. *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia*. Surabaya: Giri.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Rahardi, R. Kunjana, M.Hum.Dr. 2001. *Serpih-Serpih Masalah Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Adi Cita.
- Samarin, William J. 1988. *Ilmu Bahasa Lapangan*. Terjemahan. J.S. Badudu dari judul asli *A Guide to Linguistic Field Work*. Yogyakarta: Kanisius.

Sugono, Dendy. 2003. *Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.

Sutejo *et al.* 2000. *Keberterimaan Kosakata Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.

\_\_\_\_\_ 2002. *Keberterimaan Kosakata Baku dalam Bahasa Indonesia: Hasil Jajak Pendapat di Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.

# LAMPIRAN

## Daftar Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan
001	Haryani Taher	Wanita	18-25	SLTA	Mahasiswa
002	Lindsay Fridya	Wanita	18-25	SLTA	Mahasiswa
003	Helen Supit	Wanita	18-25	SLTA	Mahasiswa
004	Kade	Wanita	18-25	SLTA	Mahasiswa
005	Rini	Wanita	18-25	SLTA	Mahasiswa
006	Firdaus, S.H.	Laki-laki	26-40	S1	Dosen
007	Nasrun, S.T.	Laki-laki	26-40	S1	Dosen
008	Risal Mutasar, S.H.	Laki-laki	26-40	S1	Dosen
009	Wa Ode Nurhayati, S.Sos.	Wanita	26-40	S1	PNS Diknas
010	Syahri Sahaka	Laki-laki	41-60	S2 atau S3	PNS Diknas
011	Asriani, S.Ag., M.Ag.	Wanita	41-60	S2 atau S3	Dosen
012	Hartini, S.Sos.	Wanita	41-60	S1	Dosen
013	Niarti	Wanita	18-25	SLTA	Mahasiswa
014	Ilmawati	Wanita	18-25	SLTA	Mahasiswa
015	Syahrir Makatutu	Laki-laki	18-25	SLTA	Mahasiswa
016	Darlina S. Al'Nursa	Wanita	18-25	S1	Media
017	Daliam, S.Pd.	Laki-laki	41-60	S1	Guru
018	Drs. Lasaye	Laki-laki	41-60	S1	Guru
019	Daud Liaran	Laki-laki	41-60	S1	PNS Pemda
020	Herlina	Wanita	41-60	S1	Guru
021	Elisabeth I.D.	Wanita	41-60	SLTA	PNS Pemda
022	Rasman	Laki-laki	41-60	D1/D2/D3	PNS Pemda
023	Yusni Dalo, S.H.	Wanita	26-40	S1	PNS Pemda
024	Ir. Syto, M.Si.	Laki-laki	41-60	S2 atau S3	Dosen
025	Yusran Akbar, S.T.	Laki-laki	18-25	S1	Media cetak
026	Wa Muna, S.Ag.	Wanita	26-40	S1	Media cetak
027	Agus Sana'a	Laki-laki	26-40	S1	Media cetak
028	Gafar	Laki-laki	26-40	SLTA	Media cetak
029	Abd. Azis S.	Laki-laki	26-40	S1	Media cetak
030	Andi Hamrah	Laki-laki	18-25	SLTA	PNS Pemda
031	Muh. Edi	Laki-laki	18-25	SLTA	PNS Pemda
032	Agustina Dwi Astuti	Wanita	18-25	S1	Mahasiswa
033	Dra. Ritha Bara A.	Wanita	41-60	S1	Guru
034	Wa Siti, S.Pd.	Wanita	41-60	S1	Guru
035	Dra. Saida	Wanita	26-40	S1	Dosen
036	Hj. St. Sapiah	Wanita	41-60	S1	Guru
037	Dra. Misbah Ahmad	Wanita	41-60	S1	Guru
038	Wa Noni	Wanita	41-60	S1	Guru
039	Heriyanti, S.H., M.H.	Wanita	26-40	S2 atau S3	Dosen
040	Guasman Tatawu, S.H., M.H.	Laki-laki	26-40	S2 atau S3	Dosen
041	Ali Rizky, S.H.	Laki-laki	26-40	S1	Dosen
042	Darnisah, S.Pd.	Wanita	26-40	S1	Guru
043	Muh. Fatah, S.Pd.	Laki-laki	26-40	S1	Guru
044	Agus Walimah, S.Pd.	Laki-laki	41-60	S1	Guru
045	Suradin D., S.Pd.	Laki-laki	26-40	S1	PNS Diknas

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan
046	Dedy AS.	Laki-laki	26-40	SLTA	PNS Pemda
047	Efrajim S.	Laki-laki	26-40	SLTA	PNS Pemda
048	La Ruti	Laki-laki	41-60	S1	PNS Pemda
049	Arifin, S.E.	Laki-laki	26-40	S1	Dosen
050	Jufrianto	Laki-laki	26-40	S1	Guru
051	WD. Timulia, S.E.	Wanita	26-40	S1	Dosen
052	Ruslan	Laki-laki	26-40	SLTA	PNS Diknas
053	Jabal Nur, S.H.	Laki-laki	26-40	S1	Dosen
054	Suharni	Wanita	26-40	S1	Dosen
055	Fatmawati, S.H.	Wanita	26-40	S1	Dosen
056	M. Tahir, S.H.	Laki-laki	26-40	S1	Dosen
057	Kamaruddin, S.H.	Laki-laki	26-40	S1	Dosen
058	Hartino, S.Pd.	Laki-laki	26-40	S1	Guru
059	Drs. Haseng	Laki-laki	41-60	S1	Guru
060	Dra. Suhartina	Wanita	26-40	S1	Guru
061	Arman	Laki-laki	18-26	SLTA	Mahasiswa
062	Nuryanto	Laki-laki	18-26	SLTA	Mahasiswa
063	La Ode Restele	Laki-laki	26-40	S2	PNS Diknas
064	Niza	Wanita	41-60	S1	PNS Diknas
065	Yeni Dwi Wahyuni, S.E.	Wanita	41-60	S1	Dosen
066	Dra. Sumiati	Wanita	41-60	S1	Guru
067	Dra. Ummu Kalsum	Wanita	41-60	S1	Guru
068	Drs. Mustafa	Laki-laki	41-60	S1	Guru
069	Ir. Kasim	Laki-laki	26-40	S1	Dosen
070	Amri, S.E.	Laki-laki	26-40	S1	Dosen
071	M. Amir, S.Ag.	Laki-laki	26-40	S1	Media
072	Drs. Hasanuddin	Laki-laki	26-40	S1	PNS Diknas
073	Mardi Yusuf, S.E.	Laki-laki	26-40	SLTA	PNS Diknas
074	Jamaluddin	Laki-laki	26-40	SLTA	PNS Diknas
075	Drs. Hanafi	Laki-laki	26-40	S1	PNS Pemda
076	Kamal, S.Pd.	Laki-laki	26-40	S1	Guru
077	Drs. Muh. Guntur	Laki-laki	41-60	S1	Media
078	Drs. Muslim	Laki-laki	41-60	S1	PNS Pemda
079	Drs. Dahril	Laki-laki	41-60	S1	PNS Pemda
080	Drs. Sahabudi	Laki-laki	26-40	S1	Media
081	Drs. Ridwan	Laki-laki	26-40	S1	Media
082	Ade Sultra	Laki-laki	18-25	SLTA	PNS Pemda
083	Rizal M	Laki-laki	41-60	D3/D2/D1	Media
084	Arifin	Laki-laki	26-40	D3/D2/D1	Media
085	Sumanto	Laki-laki	26-40	SLTA	Media
086	Arifuddin	Laki-laki	26-40	SLTA	Media
087	Suryo, S.Sos.	Laki-laki	26-40	S1	Media
088	Muslimin	Laki-laki	41-60	SLTA	PNS Pemda
089	Adrian	Laki-laki	26-40	SLTA	PNS Pemda
090	Dahlan	Laki-laki	26-40	SLTA	PNS Pemda
091	Zulkarnain	Laki-laki	26-40	SLTA	PNS Pemda
092	Asriadi	Laki-laki	26-40	SLTA	Media
093	Irnawan	Laki-laki	26-40	SLTA	Media
094	M. Akbar	Laki-laki	18-26	SLTA	Media
095	Iwan Hadi	Laki-laki	18-26	SLTA	Media
096	Abdul Halim	Laki-laki	18-26	SLTA	Media
097	Edwin	Laki-laki	18-26	SLTA	Media

## KUESIONER

Bacalah baik-baik seluruh petunjuk pengisian kuesioner ini sebelum Anda mengisinya.

### Penjelasan

1. Kuesioner ini diadakan untuk mengetahui keberterimaan bentuk pengindonesiaan kata dan ungkapan asing di kalangan masyarakat Kota Kendari.
2. Tuliskan nama Anda dengan jelas dan berikan jawaban Anda dengan serius dan jujur.
3. N a m a :

### Data Pribadi

Berilah tanda silang pada huruf (a, b, c,...) sesuai dengan data pribadi Anda

1. Jenis Kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Umur
  - a. 18 – 25 tahun
  - b. 26 – 40 tahun
  - c. 41 – 60 tahun
  - d. 61 tahun atau lebih
3. Pendidikan tertinggi
  - a. SLTA
  - b. DI /D2/D3
  - c. S1
  - d. S2 atau S3
4. Apakah kedudukan/pekerjaan Anda sekarang?
  - a. Mahasiswa
  - b. Dosen
  - c. Guru
  - d. Karyawan media cetak/elektronik
  - f. PNS Pemda

## Penerimaan Bentuk Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan

Berikut adalah pasangan bentuk kata-ungkapan asing dengan bentuk pengindonesiaannya yang digunakan oleh masyarakat. Untuk itu Anda perhatikan baik-baik pasangan bentuk tersebut lalu

- 1) Tuliskan pilihan Anda (a atau b) pada kolom bentuk yang digunakan
- 2) Berilah tanda silang pada angka (1, 2, 3) pada kolom alasan memilih sesuai dengan alasan Anda memilih menggunakan bentuk tersebut
  - 1 = kebiasaan menggunakan bentuk tersebut
  - 2 = sering melihat dan mendengarkan bentuk tersebut
  - 3 = mengetahui arti / makna bentuk tersebut
- 3) Berilah tanda silang pada angka (1, 2, 3) pada kolom alasan tidak memilih sesuai dengan alasan Anda tidak memilih menggunakan bentuk tersebut
  - 1 = tidak terbiasa menggunakan bentuk tersebut
  - 2 = merasa asing dengan bentuk tersebut
  - 3 = tidak mengetahui arti/makna bentuk tersebut

No	Pasangan Bentuk Kata dan Ungkapan Asing dengan Bentuk Pengindonesiaannya		Bentuk yang digunakan	Alasan memilih			Alasan Tdk memilih		
	a	b		1	2	3	1	2	3
1	bedcover	kain penutup ranjang							
2	blender	pelumat							
3	mikrofon	pelantang							
4	sound system	peralatan tata suara							
5	body lotion	calir badan							
6	creambath	langir krim							
7	deodorant	pengawabau							
8	make up	tata rias							
9	seafood	hidangan laut							
10	snack	kudapan							
11	supervisor	penyelia							
12	sponsor	penaja							
13	catering	jasa boga							
14	target	sasaran							
15	voucher	kupon							
16	discount	potongan harga							
17	go publik	masuk bursa							
18	door prize	hadiah lawang							
19	developer	pengembang							
20	dealer	penyalur							
21	cleaning service	layanan pembersih							
22	laminating	penyalutan							
23	technical meeting	rapat teknis							
24	training	pelatihan							
25	upgrade	peningkatan mutu							
26	homepage	laman							
27	e-mail	pos elektronik							
28	install	pasang							
29	laptop computer	komputer jinjing							
30	fulltime	purnawaktu							
31	boarding pass	pas naik							
32	by-pass	jalan bentar							
33	check-in	lapor masuk							
34	bulletin	berita kilat							
35	editorial	tajuk rencana							
36	headline	tajuk berita							
37	hand-phone	telepon genggam							
38	deadline	tenggat							
39	dubbing	sulih suara							
40	channel	saluran							

- 4) Tulislah lima pasang bentuk kata dan ungkapan asing atau bentuk pengindonesiaannya yang sering Anda gunakan dan tidak terdapat dalam tabel di depan disertai alasan penggunaannya.

No.	Bentuk yang digunakan		Alasan
	a	b	



Penggunaan kata dan ungkapan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, memasuki berbagai sendi kehidupan. Kosa kata asing masuk ke dalam bahasa Indonesia bersama masuknya ilmu pengetahuan dan teknologi ke dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Buku ini menyajikan hasil penelitian keberterimaan istilah asing di masyarakat Kendari, Sulawesi Tenggara.